



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **TECNICO EN RECURSOS HUMANOS**
- Código del Programa de Formación: **134200**
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada) **APLICACIÓN DE TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO Y DOCUMENTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN Y VINCULACIÓN DE TRABAJADORES EN LAS ORGANIZACIONES**
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada) **EJECUCIÓN**
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada) **ELABORAR PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE CANDIDATOS, VINCULACIÓN DE TRABAJADORES Y DOCUMENTACIÓN DE PROCEDIMIENTO.**
- Competencia **210601020 - ATENDER CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
 - 01 ALISTAR RECURSOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE SELECCIÓN Y VINCULACIÓN DE TRABAJADORES, DE ACUERDO CON PROTOCOLOS Y CULTURA ORGANIZACIONAL
 - 02 PROPORCIONAR ATENCIÓN Y SERVICIO A CLIENTES, EN LOS PROCEDIMIENTOS DE RECURSOS HUMANOS, DE ACUERDO CON NORMAS Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
 - 03 REVISAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DEL SERVICIO, DE ACUERDO CON LA POLÍTICA Y LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD ESTABLECIDOS
 - 04 APLICAR CORRECTIVOS Y ACCIONES DE MEJORA EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO A CLIENTES, DE ACUERDO CON REQUERIMIENTOS DE CALIDAD Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
- Duración de la Guía: **96 horas**



2. PRESENTACIÓN

*Queridos Aprendiz, esta Guía es una herramienta básica para su proceso de aprendizaje, le permitirá el desarrollo de la competencia **ATENDER A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON PROCEDIMIENTO DE SERVICIO Y NORMATIVA**.*

El servicio constituye en algunos de los elementos diferenciadores, que aportan al desarrollo y crecimiento de las empresas en la actualidad; en donde el cliente se convierte en el agente activo y razón de ser de las organizaciones, posicionando a cada empresa en el mercado laboral. Por lo anterior y por la gran demanda en los diferentes sectores productivos del país, se hace necesario disponer de un talento humano integral, un cliente interno motivado, con un grado de satisfacción de



sus necesidades individuales, colectivas en coherencia con los objetivos estratégicos de la compañía, factores que impactan en la relación y el trato con el cliente externo.

Esperamos sea un espacio que propicie la reflexión a partir de la experiencia y la construcción colectiva del saber. ¡Es de gran importancia su participación!



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Para iniciar la formación, es importante reflexionar sobre el **SERVICIO como VALOR**, hace parte de nuestra actitud y la manera como interactuamos consigo mismo y con los demás.

Revisemos el siguiente video:

DAR SIN ESPERAR NADA A CAMBIO!!

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



De acuerdo a lo visto en el contenido del video, reflexionemos a partir de las siguientes preguntas:

¿Qué significa DAR sin recibir nada a cambio? Es fácil o que puede limitar a las personas a prestar el servicio a otro?

El Instructor organizara sub-grupos máximo cuatro (4) personas, y realizaran la lectura **“ACTITUD MENTE DE PRINCIPIANTE Lectura Gonzalo Vallejo Psicólogo Clínico”** resolveremos las siguientes preguntas:

1. *¿Que es tener Actitud mente de Principiante?*
2. *¿Qué es tener Actitud de mente experta?*
3. *En el mundo de hoy, ¿Cuál de las dos actitudes es mejor adoptar y en este momento cual es la actitud que adoptas para enfrentar la vida?*



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

A partir de la presentación realizada por el Instructor, sobre la calidad en el servicio y teniendo en cuenta el material de apoyo, los seis paradigmas de la interacción humana de Steven Covey, vamos a organizar sub-grupos y se le asignará uno o dos paradigmas para trabajar en relación con las siguientes preguntas:



1. ¿En qué consiste el paradigma?
2. ¿Establece ejemplos relacionados con el paradigma asignado?
3. Presenta a tus compañeros de manera creativa en qué consiste y los diferentes escenarios donde se puede ver que opera el paradigma

Desde tu experiencia laboral o lo que te han contado ¿Cuál paradigma se ve reflejado en las organizaciones? ¿Cuál de los paradigmas que debemos adoptar y que la empresa debe adoptar en sus prácticas cotidianas?

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento

3.3.1 Teniendo como referente el material documental INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN MODERNA DE RECURSOS HUMANOS del autor Idalberto Chiavenato, realizar las siguientes actividades: 1. En el documento, página 2 encontrarán una evaluación crítica **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LAS PERSONAS EN LA ORGANIZACIÓN?** Cada organización tiene una ideología propia en cuanto al papel que desempeñan las personas en el quehacer de la organización. El nombre que dan a las personas refleja el papel que les confiere la organización. Vea a continuación los posibles nombres y escriba a un lado lo que cada uno sugiere en cuanto al papel de las personas





DENOMINACIÓN	PAPEL QUE SUGIERE EL NOMBRE
Mano de obra	_____
Obrero	_____
Trabajador	_____
Empleado	_____
Oficinista	_____
Recurso humano	_____
Colaborador	_____
Asociado	_____
Talento humano	_____
Capital humano	_____
Capital intelectual	_____
Otros:	_____

Construir un mapa conceptual a partir de la definición de que es Administración moderna de Recursos Humanos, tener en cuenta los principios fundamentales, y los objetivos de la Administración.

En formación presencial, se van a organizar por grupos máximo de cinco (5) aprendices, y el Instructor, les asignara los principios o objetivos que van a trabajar en su mapa conceptual, para ello, se les entrega un pliego de papel periódico y marcadores, posterior a su realización, deben socializar el mapa conceptual elaborado frente a todo el grupo.

3.3.2. Proceso de planeación integral del talento humano (Cliente interno)

Teniendo como referente el material de apoyo, capítulo 3 Planificación estratégica de recursos humanos de Adalberto Chiavenato y la información revisada en formación, realizaremos las siguientes actividades:

En grupos máximo de cuatro (4) aprendices van a construir un Diagnostico organizacional del estudio de caso de la Distribuidora LAP. El Instructor les entregara el formato Diagnostico para su revisión, análisis y consolidación de la información.

2. Socialización de la información consolidada a partir de las siguientes preguntas que orientaran el ejercicio de evidenciar la alineación entre la planificación estratégica y la planificación estratégica del Talento Humano:
3. Desde la misión y visión de la Distribuidora LAP ¿Como definimos el “quienes somos” y cual es su proyección a mediano y largo plazo?
4. Como defines los valores corporativos desde la información que suministra el estudio de caso?

A partir de esta información, analicemos que tipo de personas o con que características, requisitos deben cumplir para hacer parte de la Empresa.



3.3.3. Enfoque funcional / enfoque por procesos: Para lograr diferenciar el enfoque funcional y el enfoque por procesos como intervienen en los contextos laborales y en las interacciones del cliente interno, revisaremos el siguiente

video:

Gestion por procesos <https://www.youtube.com/watch?v=aA07Lu5h3js>

Teniendo en cuenta los conceptos del video, vamos a participar de la socialización a partir de las siguientes preguntas:

1. En los contextos laborales ¿Cómo definimos las interacciones que se dan bajo en el enfoque funcional y con el enfoque por procesos?
2. ¿En el contenido audiovisual, cuales son los principios de gestión, y cuales están enfocados con el servicio al cliente?
3. Tomando como referencia los conceptos y temas anteriores, ¿Que prácticas pueden desarrollarse para que se logró trabajar bajo el enfoque por procesos y se traduzcan en acciones los principios de gestión?
4. En el punto 4. Estructura del diagnostico organizacional de la Distribuidora LAP, como está organizada la forma de trabajo?

3.3.4 Atención al cliente / Servicio al cliente

Desde la diferenciación entre Atender a los clientes y servicio al cliente, identificaremos la tipología de clientes y su tratamiento. Revisaremos el material de apoyo, “Los consumidores, clientes, y usuarios” y realizaremos el caso práctico No.1, en donde deben identificar de acuerdo a las situaciones planteadas por el Instructor, reconocer, si es un consumidor, usuario o cliente, caso práctico No.2, identificación de necesidades del cliente de acuerdo a la teoría de Maslow.

3.3.5. Tipología de clientes y su tratamiento. LOS TEMPERAMENTOS EN LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

De acuerdo a la explicación del Instructor con respecto a los aspectos personales como influye en la relación con el cliente interno, identificaremos los temperamentos de cada uno y relacionaremos el trato con el cliente a partir de estos factores.

<https://www.linkedin.com/pulse/identifica-los-temperamentos-para-vender-ricardo-aoyama/?originalSubdomain=es>

A partir de la información revisada en el material de apoyo, por equipos de trabajo van a identificar los diferentes tipos de clientes, teniendo en cuenta sus aspectos individuales, de su personalidad, y cómo desde sus experiencias vividas y lo que aprendimos en formación, generamos unas estrategias para la atención efectiva de los clientes. Para ello, se va a entregar unos materiales para que por grupos organicen un planteamiento de atención efectiva con el cliente interno.

3.3.6. Por equipos de trabajo que vienen trabajando con el estudio de caso de la Distribuidora LAP, van a desarrollar un taller sobre la tipología de clientes, se asignará a cada uno, un proceso, van a organizar el procedimiento y desde allí van a generar unas estrategias para el trato con el cliente interno. Realizar un socio-drama en donde se evidencie el trato adecuado con el cliente y el trato no adecuado con el cliente interno.



3.3.7. SERVICIO AL CLIENTE CON CALIDAD (TRIANGULO DE SERVICIO, CICLO DE SERVICIO, MOMENTOS DE VERDAD, PROTOCOLOS)

De acuerdo al material de apoyo revisado en formación y partiendo del servicio al cliente con calidad, vamos a realizar las siguientes actividades en relación con el estudio de caso de la Distribuidora LAP:

En los mismos equipos conformados, vamos a relacionar información que haga parte del triángulo de servicio y se orientarán a partir de las siguientes preguntas:

DIAGNOSTICO – TRIANGULO DEL SERVICIO	
CLIENTES	• ¿Quiénes son los Clientes? • ¿Cuáles son sus motivaciones y necesidades? • Tipo de población
ESTRATEGIA	• ¿Qué servicios se ofrecen? • ¿Qué me hace diferente a la competencia? • ¿Cómo se desarrolla la prestación del servicio? • Cuáles son los canales de comunicación?
SISTEMAS	• Sistema directivo: • Sistema de normas y procedimientos • Sistema técnicos: Medios de comunicación • Sistema Humano:
PERSONAL	• Como deben ser las personas que asumen la prestación del servicio?

3.3.8 Revisaremos en el espacio de formación el siguiente video:

Momentos de verdad y ciclo de servicio

<https://www.youtube.com/watch?v=2DkcLgj3ZhE>

Socializaremos a partir de las siguientes preguntas: ¿Qué son momentos de verdad? ¿Definamos que es el ciclo de servicio? ¿Por qué es importante tener claridad sobre los momentos de verdad y tener definido el ciclo de servicio?



Desde la actividad anterior, teniendo en cuenta la empresa escogida para la actividad del triángulo de servicio, con esa misma empresa, vamos a identificar los momentos de verdad el ciclo de servicio, y los momentos críticos de la verdad.



Matriz del ciclo de servicio

Contacto del cliente	Requerimiento/Expectativa necesidad del cliente	Planes de acción	Priorización	Encuesta satisfacción del cliente

De acuerdo a las instrucciones recibidas se va a construir un protocolo de servicio empresarial enfocado en los procesos de Gestión Humana y en el contexto empresarial como la DISTRIBUIDORA LAP. Revisaremos en formación el siguiente video y blog como referentes para la actividad.



PROTOCOLOS DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE / CURSO COMPLETO

<https://www.youtube.com/watch?v=9o5sUuHmB-k>

Material complementario: Cómo diseñar un protocolo de atención al cliente (con ejemplos)

<https://blog.hubspot.es/service/protocolo-servicio-cliente>

3.3.8. EVALUACIÓN SATISFACCION DEL CLIENTE

Crear una encuesta de satisfacción para evaluar la prestación del servicio.

<https://www.youtube.com/watch?v=yowhCqEzaF4>

Cómo crear las Encuestas de Satisfacción del cliente empleando una herramienta automatizada

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/encuesta-de-satisfaccion-del-cliente-preguntas>

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento

Durante el proceso formativo se construyeron los siguientes productos y como actividad de transferencia se sustentan en coherencia con le proyecto formativo:

- ✚ Diagnostico organizacional (DOFA)
- ✚ Triangulo de Servicio
- ✚ Matriz del ciclo de servicio
- ✚ Protocolo
- ✚ Conclusiones

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	Aplicación de técnicas para el desarrollo y documentación del procedimiento de selección y vinculación de trabajadores en las organizaciones	Aplicar los protocolos de atención y servicio al cliente interno y externo de acuerdo a las políticas establecidas por la empresa.	De desempeño: simulación de los diferentes tipos de clientes. Conocimiento: Diagnóstico de necesidades de mejoramiento de servicio al cliente en la organización. De producto: protocolo de atención de servicio al cliente.	-Adopta identidad, imagen y etiqueta establecida en la organización, para la atención y servicio al cliente. -Utiliza protocolos y	Taller tipos de clientes. Formato Diagnostico organizacional Lista de Chequeo.



				medios para el alistamiento de los recursos necesarios en la atención y servicio al cliente.	
--	--	--	--	--	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Competencia: Atributos de las personas que les permiten lograr un desempeño superior

Cargo: Conjunto de tareas, responsabilidades o funciones propias de una posición formal y definida dentro de la estructura organizacional.

Gestión por competencias: Enfoque estratégico que permite articular los objetivos de la organización con el desarrollo de las personas.

Mapa de Procesos: Identificación de los procesos que existen en una organización y en su interrelación

Perfil del Cargo: Requisitos mínimos exigidos para el cumplimiento de las funciones esenciales y la responsabilidad de un cargo.

Proceso: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entradas en resultados.

Proceso de Apoyo: Incluyen todos aquellos procesos para la provisión de recursos que son necesarios en los procesos estratégicos, misionales y de medición, análisis, y de mejora.

Procesos Estratégicos: Incluyen procesos relativos al establecimiento de políticas y estrategias, fijación de objetivos, provisión de comunicación, aseguramiento de la disponibilidad de recursos necesarios y revisiones por la dirección.

Procesos Misionales: Incluyen todos los procesos que proporcionan el resultado previsto por la organización en el cumplimiento de su objeto social o razón de ser. **Triangulo de Servicio:** Es un esquema creado en los 80's por Karl Albrecht, experto y consultor en gerencia del servicio, siendo la manera en la que algunas empresas han integrado los momentos clave de sus negocios para mejorar la experiencia con los clientes

Ciclo de servicio: Mapa representativo de los momentos de verdad que tiene un cliente al momento de ingresar y salir de la empresa.

-Momentos de verdad: El instante en que el cliente tiene contacto con la organización, ya sea con las personas o las cosas que identifican a nuestra organización

-Protocolos de servicio: Documento guía que establecen pautas de comportamiento e interacción **-Cliente**

interno: El cliente interno es quien tiene una relación con la empresa, bien sea que consuma o no las soluciones de la compañía en la que trabaja. **-Cliente externo:** Es toda aquella persona que solicita un servicio y no pertenece a la estructura orgánica.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA).



- Icontec Internacional. Norma técnica Colombiana NTC- ISO 9000. Editada por el Instituto Colombiano de normas técnicas y Certificación. Primera actualización, editada 2006-01-12.
- ISO/TC 176. Orientación sobre el concepto y uso del "Enfoque basado en procesos para los sistemas de Gestión. 2004.
- Servicio nacional de aprendizaje SENA. Fava- formación de ambientes virtuales. Clientes y tipología de negociación
- Unidad 2. Los consumidores, clientes y usuarios. Las necesidades del Cliente y tipología del cliente.
- Copeme (Consortio de organizaciones privadas de promoción al desarrollo de la micro) Ciclo de servicio. Primera edición 2009.
- UMB Virtual. Módulo 2 Servicio al cliente. 2012. Hill, Nigel. Manual de Satisfacción del cliente y evaluación de la fidelidad. Editorial Aenor. España. 2001

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Nidya Ximena Calderón	Instructor	CGTS	Agosto /2023

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					