



## **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 V:2**
- Competencia: **FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLITICAS DE LA ORGANIZACIÓN**
- Resultado de aprendizaje alcanzar:  
Solucionar el requerimiento del cliente según principios éticos e institucionales.
- Resultado de aprendizaje alcanzar:  
Identificar los factores que intervienen en la estrategia de atención y servicio al cliente personalizado de acuerdo con las políticas y estándares de calidad de la organización.
- Resultado de aprendizaje alcanzar:  
Valorar la implementación de las estrategias del servicio al cliente según la satisfacción evidenciada por el cliente.
- Duración de la guía: **48 horas.**

#### **2. PRESENTACIÓN**

Estimado Aprendiz SENA, Bienvenido(a) al programa de formación **ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**. La atención y el servicio al cliente se constituyen 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, que adopte estrategias acordes con las tendencias nacionales e internacionales que permitan ofrecer un trato diferencial al cliente de hoy.



### 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

#### 3.1 Actividades de reflexión inicial:

Antes de iniciar el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, es importante que reflexione sobre el siguiente contexto: ¿Para usted que es la Atención y El Servicio Al cliente?

Nota: la presente actividad es de conocimiento personal, por el cual usted deberá participar y debatir mediante una socialización en el ambiente de formación con la orientación de su tutor a cargo y el apoyo de sus compañeros

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

conceptos tales como:

Servicio, Clientes, Ciclo de servicio, Evaluación de servicio, Comunicación, Libreta de calificaciones, Concepto y manejo de información, Políticas de la organización, Etiqueta y protocolo, Normas de calidad de servicio, Protocolo empresarial, Protocolo internacional, Normas de cortesía, Visión, misión y normas internas de la organización, Portafolio de servicios, Tecnologías de la información y comunicación, Manual de funciones y procedimientos, Expresión oral y escrita, Administración del tiempo, Normas de calidad, Trazabilidad del servicio.

**Evidencia No. 1** “Ofrecer atención personalizada a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización.”

**Desarrollo de la Actividad:** Con la ayuda de herramientas didácticas Videos de “YouTube” y la orientación de su tutor a cargo; Elabore un mapa conceptual en el cual plasme la ruta de atención de acuerdo a las necesidades de los clientes, tenga en cuenta y tome como ejemplo una empresa en particular que sea de su gusto. Material de Apoyo: <https://www.youtube.com/watch?v=NThnF9AL14A>

Método de entrega: Presencial

#### 3.3 Actividades de apropiación:



Evidencia No. 3 “Atender a los clientes utilizando las tecnologías de acuerdo con el protocolo de la organización

Desarrollo de la actividad: Teniendo en cuenta los conceptos aprendidos anteriormente desarrolle los siguientes puntos;

Tema No. 1 Elabore un cuadro donde relacione las clases de clientes, sus características y modo de tratarlos.

Tema No. 2 Elabore el triángulo del servicio utilizando dibujos para cada componente y explique cada uno de ellos.

Tema No. 3 Determine cuales son los elementos de atención y servicio al cliente.

Material de Apoyo: Para desarrollar los principales punto encuentre la información requerida en los siguientes link de consulta;

Tipos de clientes <https://www.youtube.com/watch?v=8sxeRFsWzWE>,

Triangulo del servicio <http://www.todomktblog.com/2013/09/triangulo-servicio.html>,

Elementos de atención <https://www.gestiopolis.com/elementos-del-servicio-al-cliente/>,

### 3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Solución de problemas: Con relación a cada uno de los puntos antes vistos en las actividades desarrolladas, compruebe ¿Cómo puede usted aportar estos saberes adquiridos en una empresa?

En su capacidad para tomar decisiones debe plantear y proponer las alternativas necesarias para solucionar esta situación. (Por favor explicar las implicaciones de cada una)

## 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                                   |
|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|---------------------------|---|
|                             |                                  |                          | <b>Evidencias de Conocimiento:</b> | Reconoce los factores que | <ul style="list-style-type: none"><li>Taller de investigación</li></ul> |



|  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|
|  |  |  | <p>Cuestionario y análisis de caso.</p> <p><b>Evidencias de Desempeño:</b></p> <p>Observación de la actitud de servicio frente a cinco clientes diferentes.</p> <p><b>Evidencias de Producto:</b></p> <p>Un informe corto sobre los resultados de la evaluación de servicio.</p> | <p>intervienen en la atención y servicio</p> <p>al cliente personalizado según tipo de servicio.</p> <p>Aplica el protocolo, de acuerdo con la ocasión, el lugar y las personalidades que intervienen en ella.</p> <p>Aplica estrategias de atención y servicio al cliente a través de medios tecnológicos y aplicativos disponibles de acuerdo con las políticas de la organización</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller teórico práctico</li> <li>• Debates</li> <li>• Mesas redondas</li> <li>foros</li> </ul> |
|--|--|--|--|--|---|



|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | Aplica las normas de cortesía y de etiqueta en todos los eventos de comunicación, atención y servicio al cliente según protocolo |  |
|--|--|--|--|--|--|

## 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 para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento

**INSATISFACION:** 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 llevara 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.

**SERVUCCION:** 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**

. Ortega, L., "Imagen de artesanía canaria", El País-Aguilar, Madrid, 1993.

2. Desatnick, Robert L. (1991). Como conservar su Clientela. El secreto del servicio. Colombia-Bogota. Ed. Legis - Serie Empresarial.

3. Rodriguez A., Jose Luis. (2006, agosto). Seminario La importancia del servicio al Cliente. Guatemarmol.



4. GIL SAURA, Irene, SÁNCHEZ PÉREZ, Manuel. (2005, Julio). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. Cuadernos de Estudios Empresariales. núm. 15 47-72. ISSN: 1131-6985.
5. ISMI – International Service Marketing Institute.(2001, octubre). ¿Sabe lo que sus clientes esperan de usted? Mk Marketing + Ventas. Nro 162. Pag 28. Marketing de Servicios
6. ALBRECHT, KARL y LAWRENCE J. BRADFORD. LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO. ¡Conozca y comprenda a sus clientes!. - Diseño del Servicio al cliente. 3R EDITORES LTDA, 1998, Colombia.
7. Pérez Sánchez, Fernando A. Conferencia Internacional de Ciencias Empresariales - La filosofía del servicio al cliente orientada a Latinoamérica. Colombia: INPEFRA Ingenieros.

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

|            | Nombre                | Cargo      | Dependencia                   | Fecha      |
|------------|-----------------------|------------|-------------------------------|------------|
| Autor (es) | Wilson Sánchez Romero | Instructor | Centro de Comercio y servicio | 01/06/2024 |

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

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