

---

## INFORME DE CAPACITACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

---

ELABORÓ	FECHA			REVISÓ	FECHA			APROBÓ	FECHA		
	22	08	2022		22	08	2022		22	08	2022
NOMBRE TULIA ANGELICA PARDO RODRIGUEZ				NOMBRE MARTHA CECILIA PORRAS CORREDOR				NOMBRE JAIME RAFAEL MORÓN BARROS			
CARGO PROFESIONAL DE DEFENSA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN E INNOVACIÓN INSTITUCIONAL				CARGO ASESORA DE DEFENSA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN E INNOVACIÓN INSTITUCIONAL				CARGO JEFE OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN E INNOVACIÓN INSTITUCIONAL			
FIRMA				FIRMA				FIRMA			
PROCESO Y/O DEPENDENCIA:				INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN E INNOVACION INSTITUCIONAL							



## OBJETIVO

Apoyar y fortalecer las competencias técnicas, comunicativas y colaborativas del equipo de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares en pro del cumplimiento de la misión institucional, orientado a optimizar los recursos en la atención y acercamientos que tengamos con nuestros clientes y usuarios finales, para maximizar la eficiencia, efectividad y eficacia en los procesos.

## CONTENIDO

En el marco del convenio interinstitucional entre la Universidad Militar Nueva Granada - UMNG y la Agencia Logística de las Fuerzas Militares - ALFM, el cual tiene como objeto la cooperación y transferencia de conocimiento entre las dos instituciones. La ALFM comparte experiencias en temas relacionados con logística a los estudiantes de la Maestría y Especialización en Logística Integral y la UMNG brinda capacitaciones en temas organizacionales, normatividad y logística 4.0; se llevó a cabo, la capacitación en Servicio al Cliente, el 3 de agosto de 2022 desde las 11:00 hasta las 12:00 horas de manera virtual, dictada por el PhD en Logística y Dirección de la Cadena de Suministro, Dr. Carlos González Camargo, profesor de la – UMNG.

La agenda que se desarrolló dentro de la capacitación fue:

- Introducción
- Definición
- Triángulo del servicio
- Cuando se convierte en ventaja competitiva el servicio al cliente
- ¿Qué espera el cliente durante la venta?
- Elementos del servicio al cliente
- Cultura organizacional: elementos, funciones
- Cultura del servicio: elementos, funciones, determinantes de la calidad, como se expresa
- Ciclo del servicio
- Momentos de verdad
- Gestión de la calidad del servicio: métodos
- Cuidado en las horas críticas
- La prioridad en la atención
- Sus empleados también son clientes

En la capacitación asistieron 102 funcionarios de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, dentro de los cuales se resalta la alta participación de las regionales Antioquia Chocó, Tolima Grande y Nororiente, conectándose 24, 19 y 13 personas respectivamente a la videoconferencia. Finalmente se registró la asistencia de 16 miembros de la oficina principal.

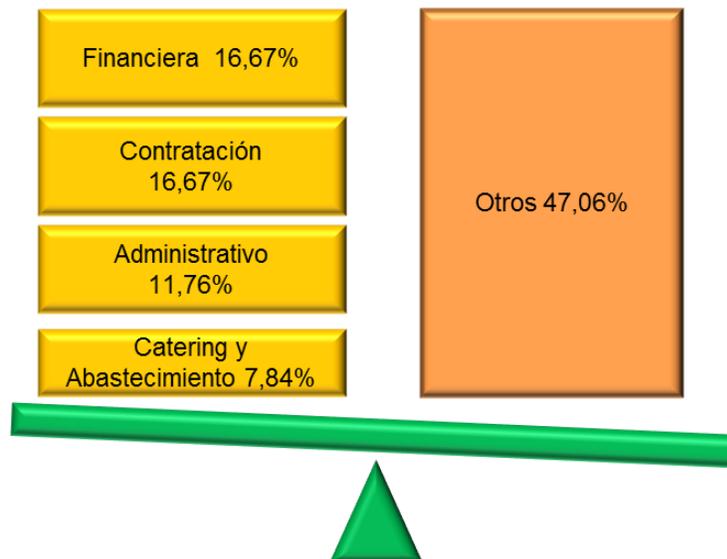
En relación con lo anterior, porcentualmente se evidencia la importancia que tienen en las regionales mencionadas las capacitaciones en pro de la mejora continua dentro de sus procesos



como se puede evidenciar en la Gráfica 1. Asistencia por Regional y Oficina Principal, la cual se encuentra dentro de los anexos del presente informe.



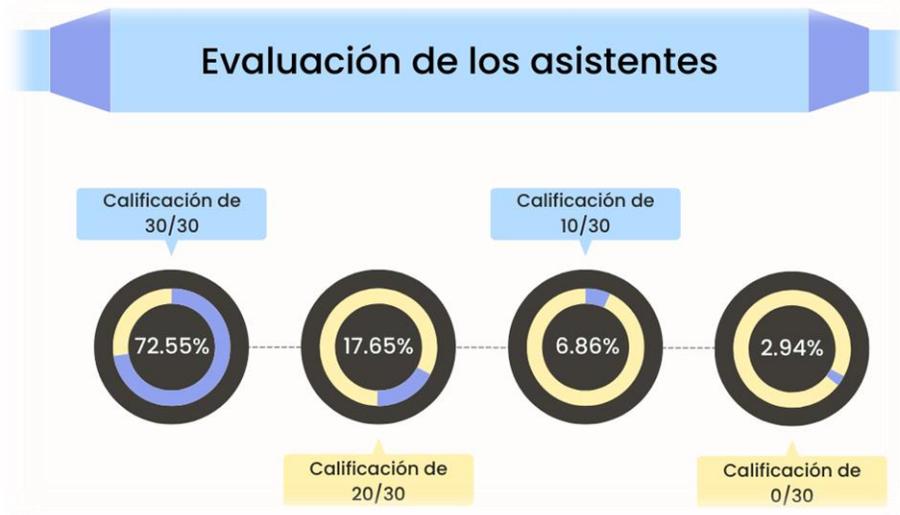
Por otro lado, la unidad organizativa que más participación tuvo fue Catering y Abastecimientos de Bienes y Servicios, junto con las dependencias Dirección Financiera y Subdirección de Contratos, para mayor información ver en los anexos la Gráfica 2. Asistencia por Unidad Organizativa o Dependencia.



De acuerdo al tipo de vinculación laboral, se obtuvo una mayor participación por parte del personal en periodo de prueba de carrera administrativa, seguida por libre nombramiento y por último por los provisionales, para mayor información ver en los anexos la Gráfica 3. Asistencia por Tipo de Vinculación.



Entendiendo la necesidad de corroborar el proceso de aprendizaje de los participantes, se entregó un cuestionario, de tres (3) preguntas relacionadas con lo visto en la sesión. Asimismo, se da cuenta del resultado de la evaluación, para mayor información ver anexo de Gráfica 4. Resultado de evaluación de los asistentes



El cuestionario constó de las siguientes tres preguntas:

1. ¿Qué no espera el cliente antes de la venta o servicio?

- a) Acceso a datos
- b) Detalle de datos
- c) Acceso a muestras
- d) Rebajas y descuentos

2. ¿El triángulo de servicio se compone de?

- a) Estrategias, sistemas, talento humano
- b) Producto, atención al cliente, talento humano
- c) Estrategias, producto, talento humano

3. ¿Cuándo el servicio al cliente se convierte en una ventaja competitiva?

- a) Siempre
- b) Cuando se superan las expectativas
- c) Cuando se vende un buen producto



TITULO

**FORMATO DE INFORME**

Código: **GI-FO-18**

Versión: **No. 01**

Página **5** de **9**

Fecha:

01

11

2021



**CONCLUSIÓN:**

Se ratifica la relevancia de concientizar y generar una mentalidad en pro del servicio al cliente interno y externo, siendo estos los pilares de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, a su vez el cliente interno debe de enfocar todos sus esfuerzos a mejorar las relaciones con los clientes externos y usuarios del servicio y/o producto, conociendo y proveyendo sus necesidades, identificando lo que le hace feliz y determinando la forma de satisfacerlo, buscando así la permanencia, perdurabilidad y crecimiento de la Entidad.

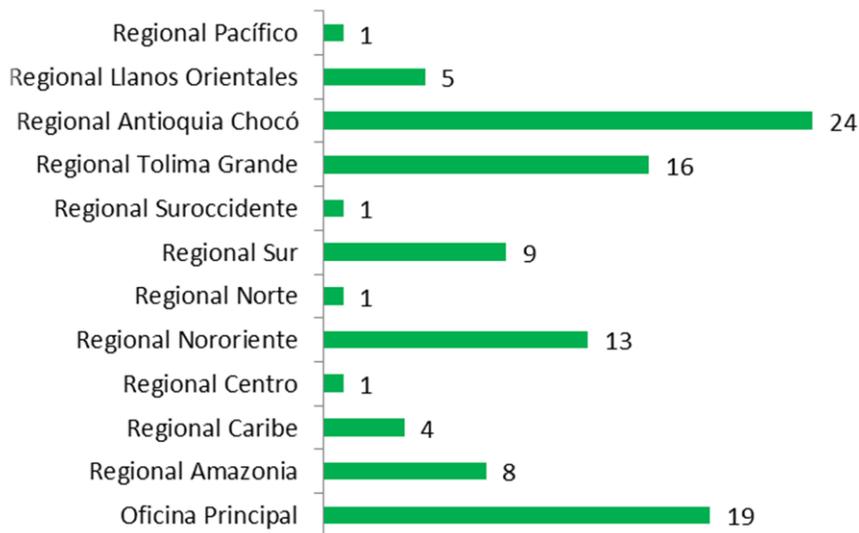


**ANEXOS DE EVIDENCIAS:**

En el siguiente enlace, se podrá observar la grabación de la videoconferencia:

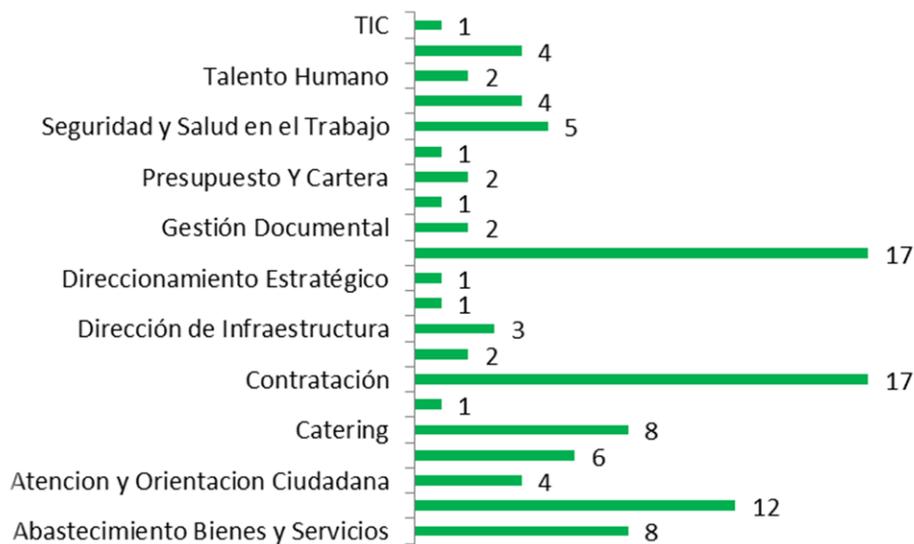
Enlace: <http://boletin/moodle/course/view.php?id=28>

**Gráfica 1.** Asistencia por Regionales y Oficina Principal



**Fuente:** Cálculos propios con base en la Respuesta de evaluación de capacitación de Servicio al cliente.

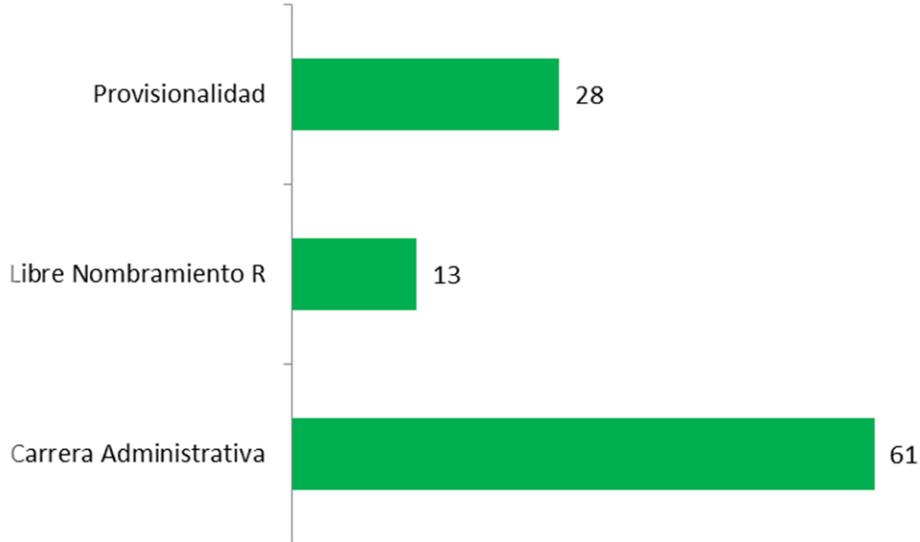
**Gráfica 2.** Asistencia por Unidad Organizativa o Dependencia



**Fuente:** Cálculos propios con base en la Respuesta de evaluación de capacitación de Servicio al cliente.

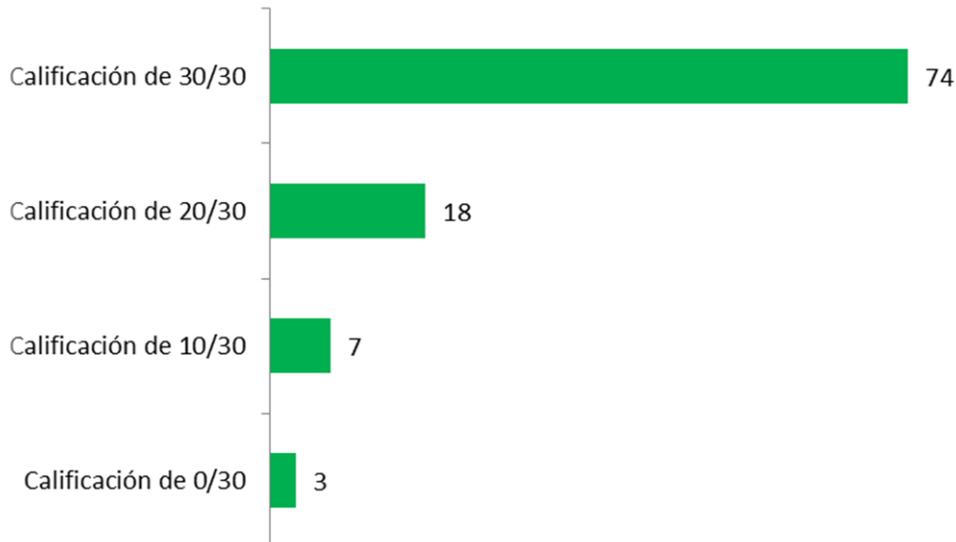


**Gráfica 3.** Asistencia por Tipo de Vinculación

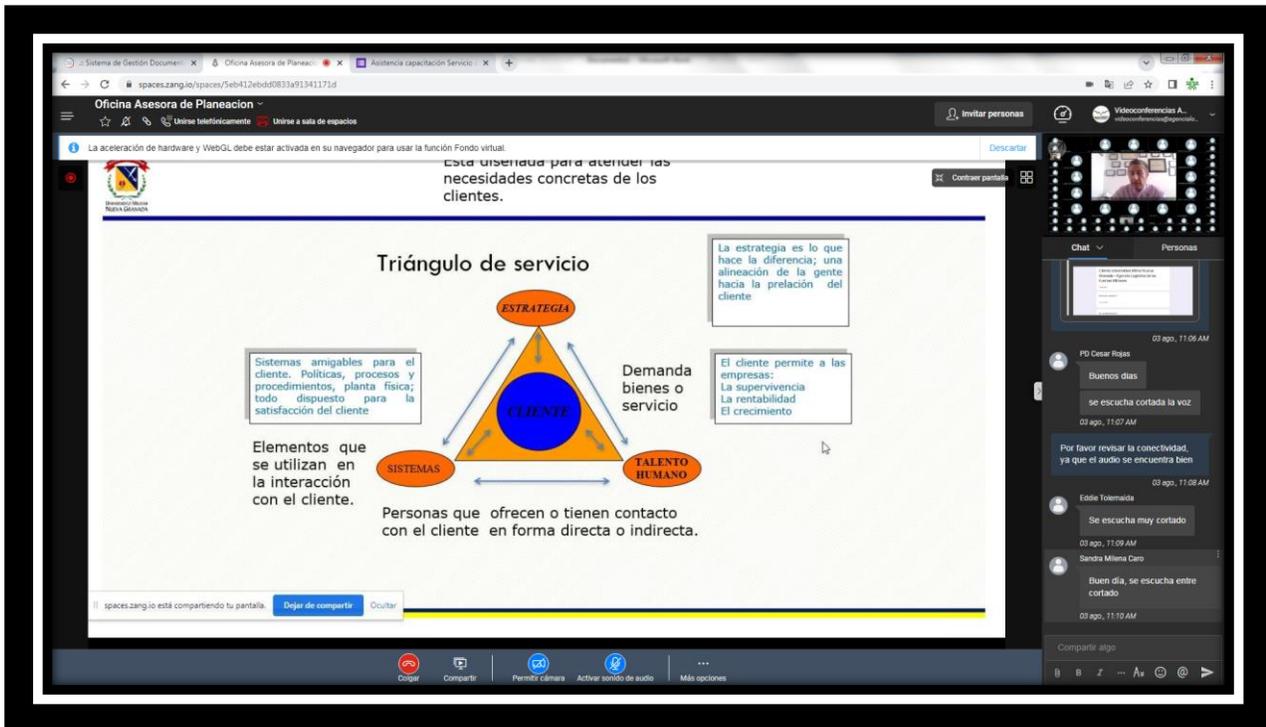
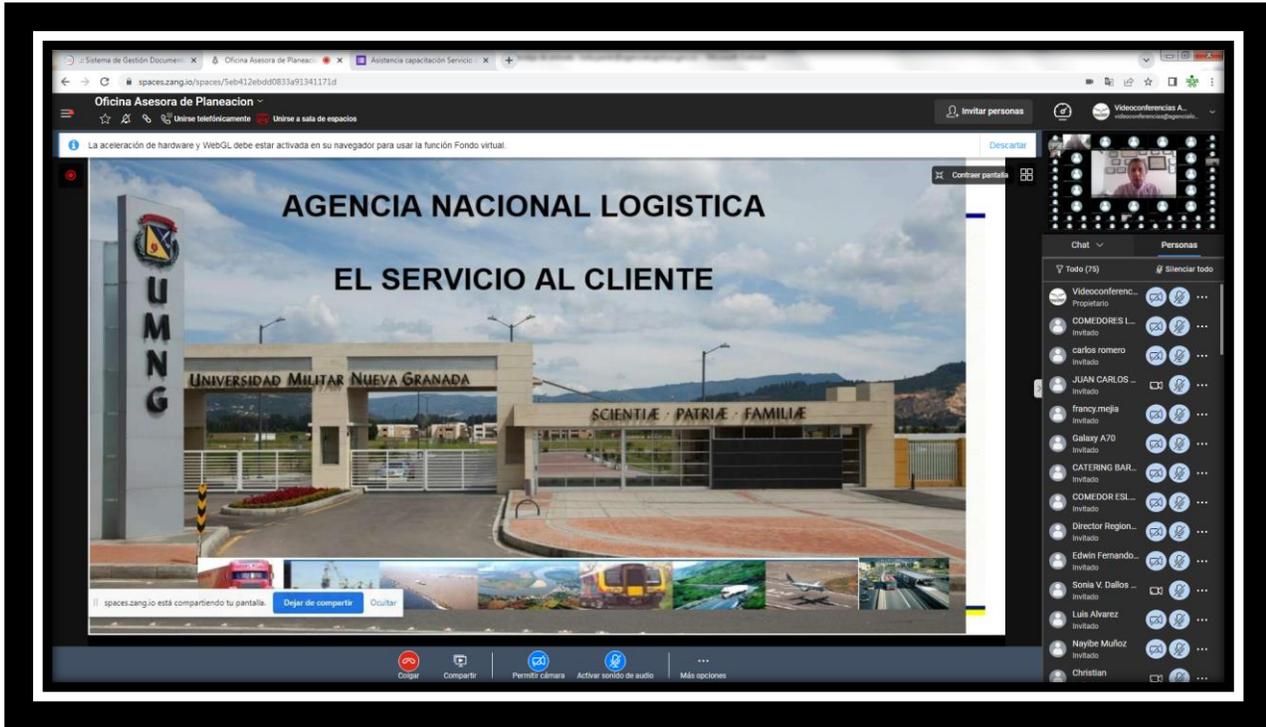


**Fuente:** Cálculos propios con base en la Respuesta de evaluación de capacitación de Servicio al cliente.

**Gráfica 4.** Resultado de evaluación de los asistentes



**Fuente:** Cálculos propios con base en la Respuesta de evaluación de capacitación de Servicio al cliente.





TITULO

FORMATO DE INFORME

Código: GI-FO-18

Versión: No. 01

Página 9 de 9

Fecha:

01

11

2021



The screenshot shows a Zoom meeting interface. The main content is a slide with the following text:

## Cultura organizacional

Cultura organizacional es la forma acostumbrada o tradicional de pensar y hacer las cosas en la empresa. Por esta razón debe ser compartida por todos los miembros de la organización que deben comprenderla y aceptarla.

At the bottom of the slide, there is a status bar that reads: "spaces.zang.io está compartiendo tu pantalla." with buttons for "Dejar de compartir" and "Ocultar".

The Zoom interface includes a top navigation bar with "Invitar personas" and "Videoconferencias A...", a right-hand sidebar with a "Personas" list containing 104 participants, and a bottom control bar with icons for "Copiar", "Compartir", "Permitir cámara", "Activar sonido de audio", and "Más opciones".