

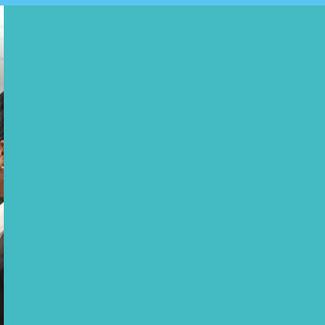


Ministerio de  
Educación

Gobierno de Chile

# Guías de Aprendizaje para Módulos de las Especialidades Administración y Contabilidad en la Educación Media Técnico Profesional

Especialidades del Sector Administración de la  
Educación Media Técnico Profesional



Especialidad Administración

## Módulo **Atención de Clientes**

Guía de aprendizaje N°1

## Guías de Aprendizaje para Módulos de las Especialidades Administración y Contabilidad en la Educación Media Técnico Profesional

Módulo: "Atención de Clientes"  
Educación Media Técnico Profesional.

Guía de aprendizaje N°1  
"La Atención al Cliente: Nuestra fortaleza"

Ministerio de Educación  
Secretaría Ejecutiva de Educación Técnico Profesional

Programa Interdisciplinario de Investigaciones en Educación (PIIE)  
María Luisa Santander 0440. Providencia. Santiago  
<http://www.piie.cl>

**Dirección:**  
Dante Castillo Guajardo

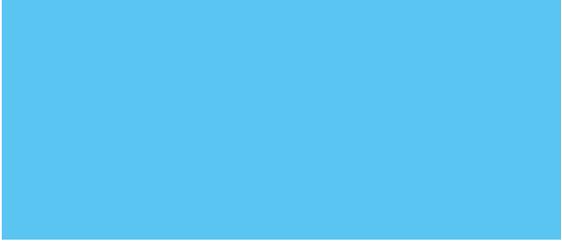
**Coordinación:**  
Francisca Gómez Ríos

**Diseño Instruccional:**  
Francisca Gómez Ríos  
María Angélica Maldonado Silva  
Elsa Nicolini Landero  
María Celeste Soto Ilufi

**Experto en Contenidos:**  
Alejandra Izquierdo Morales

**Diseño Gráfico:**  
Guillermo Hernández Valdés  
Felipe Pavez Cisternas

**Registro ISBN:** 978-956-7342-17-4  
**Registro de Propiedad Intelectual N° A-**276458



Especialidad Administración

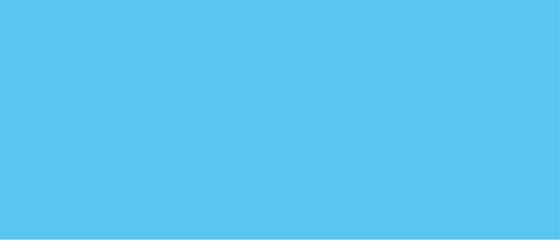
# **Módulo Atención de Clientes**

Guía de aprendizaje N°1  
“La Atención al Cliente: Nuestra fortaleza”



# Índice

- 1 Introducción
- 2 Aprendizajes esperados y criterios de evaluación
- 3 Objetivos de aprendizajes genéricos
- 4 Situación problema
- 5 Conceptos claves
- 6 Tipos de Clientes
- 7 El Ejecutivo de Atención al Cliente: la imagen de la empresa
- 8 Gestión de Reclamos y Quejas
- 9 Bibliografía



# Introducción

---

En este módulo de 152 horas, se espera que las y los estudiantes desarrollen las habilidades sociales y el lenguaje oral y escrito para una comunicación efectiva en la atención de público, las relaciones públicas y el protocolo.

En un mercado cambiante, los esfuerzos, las políticas y los recursos de las organizaciones suelen destinarse a la atención y calidad del servicio al cliente, con el fin de marcar una ventaja competitiva en dicho ámbito y, de esta forma, fidelizar al cliente, asegurando la proyección del negocio en el tiempo.

Al finalizar el módulo, se busca que los y las estudiantes estén capacitados y capacitadas para atender a clientes internos y externos de la organización, aplicando técnicas de relaciones públicas y de comunicación presencial, telefónica o por otros medios (correos electrónicos, fax u otros).

Específicamente, se espera que sean capaces de clasificar a los clientes en distintos tipos, para reconocerlos fácilmente y facilitar el servicio requerido; detectar las ventajas y las barreras de una comunicación interpersonal que pueden afectar la calidad del servicio; identificar los elementos de la comunicación entre unidades u organizaciones, y participar en campañas comunicacionales. Asimismo, se pretende que sepan detectar las necesidades de los clientes internos y externos para solucionarlas, derivarlos hacia otros servicios o comprometerse a buscar alternativas; y a verificar el grado de satisfacción de los clientes.

Finalmente, se busca que aprendan a usar las habilidades sociales para la atención directa y telefónica y para resolver conflictos al interior de la organización; a reconocer cuáles son los objetivos, la utilidad de las relaciones públicas y del protocolo; y a seleccionar los medios y el lenguaje más adecuado para difundir campañas de comunicación internas y externas.

# Módulo Atención de Clientes

Guía de aprendizaje N°1

**“La Atención al Cliente: Nuestra fortaleza”**

## Objetivos de Aprendizaje

Atender a clientes internos y externos de la empresa, de acuerdo a sus necesidades y demandas, aplicando técnicas de relaciones públicas, de comunicación oral y escrita, en forma presencial o a distancia, vía teléfono, fax, correo electrónico u otro medio.

## Aprendizaje Esperado ..

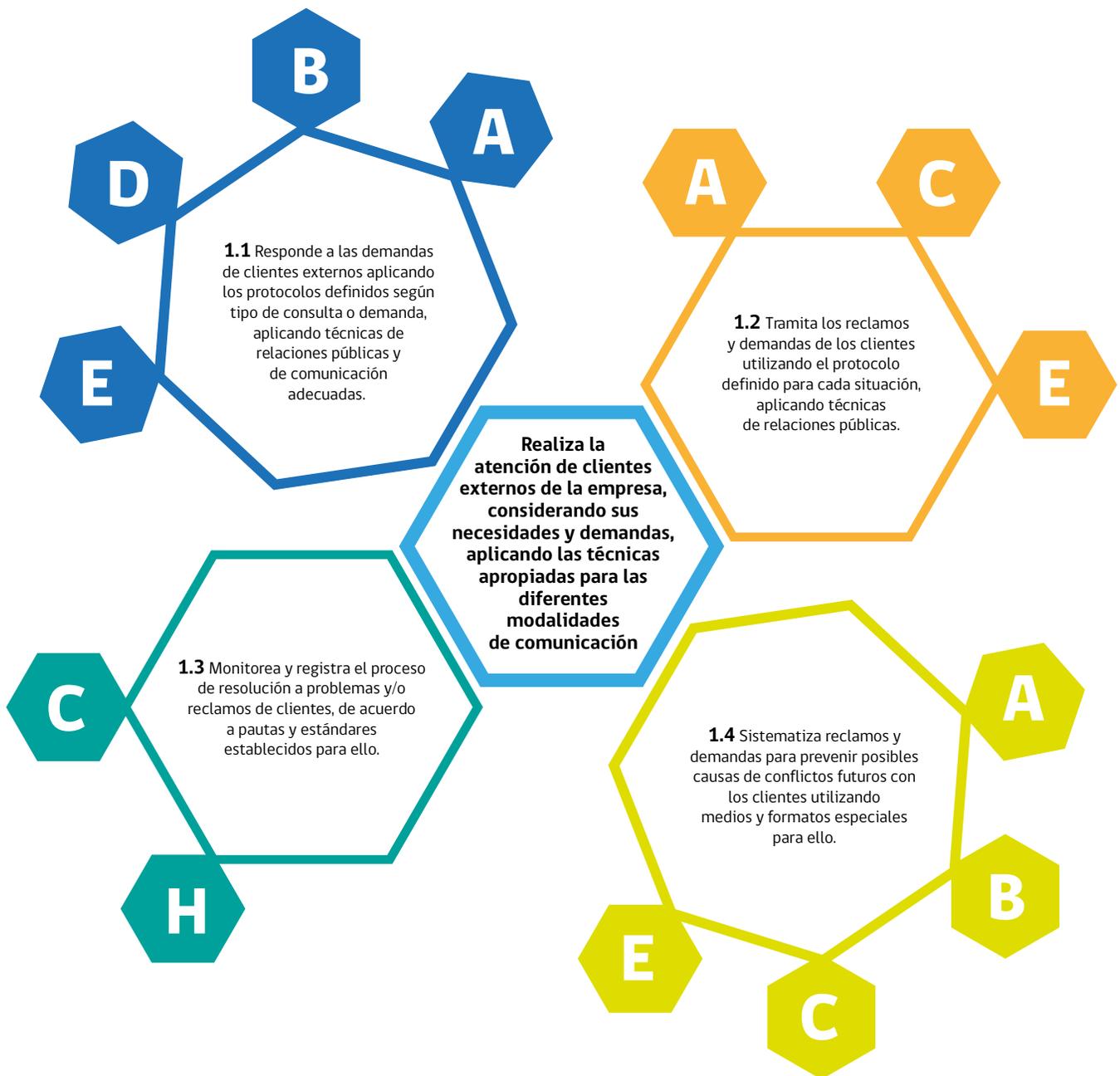
- Realiza la atención de clientes externos de la empresa, considerando sus necesidades y demandas, aplicando las técnicas apropiadas para las diferentes modalidades de comunicación.

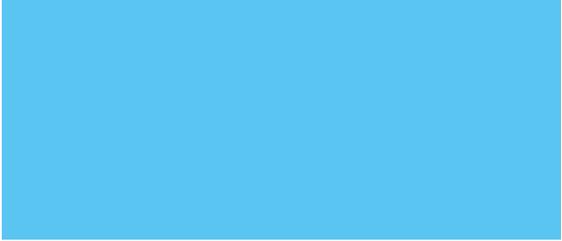
## Criterios de Evaluación...

- Responde a las demandas de clientes externos aplicando los protocolos definidos según tipo de consulta o demanda, aplicando técnicas de relaciones públicas y de comunicación adecuadas.
- Tramita los reclamos y demandas de los clientes utilizando el protocolo definido para cada situación, aplicando técnicas de relaciones públicas
- Monitorea y registra el proceso de resolución a problemas y/o reclamos de clientes, de acuerdo a pautas y estándares establecidos para ello.
- Sistematiza reclamos y demandas para prevenir posibles causas de conflictos futuros con los clientes, utilizando medios y formatos especiales para ello



## Ruta del Aprendizaje ..



- 
- 
- A** Comunicarse oralmente y por escrito con claridad, utilizando registros de habla y de escritura pertinentes a la situación laboral y a la relación con los interlocutores.
  - B** Leer y utilizar distintos tipos de textos relacionados con el trabajo, tales como especificaciones técnicas, normativas diversas, legislación laboral, así como noticias y artículos que enriquezcan su experiencia laboral.
  - C** Realizar las tareas de manera prolija, cumpliendo plazos establecidos y estándares de calidad, y buscando alternativas y soluciones cuando se presentan problemas pertinentes a las funciones desempeñadas.
  - D** Trabajar eficazmente en equipo, coordinando acciones con otros in situ o a distancia, solicitando y prestando cooperación para el buen cumplimiento de sus tareas habituales o emergentes.
  - E** Tratar con respeto a subordinados, superiores, colegas, clientes, personas con discapacidades, sin hacer distinciones de género, de clase social, de etnias u otras
  - H** Manejar tecnologías de la información y comunicación para obtener y procesar información pertinente al trabajo, así como para comunicar resultados, instrucciones e ideas.



## Situación Problema

### Importante

El cliente es quien sostiene nuestra empresa.

Las empresas existen porque hay clientes dispuestos a confiar en ella y el responder a aquella confianza hace que la empresa sea “de calidad”.

Un cliente satisfecho es un cliente feliz y fiel.



**Responde a las demandas de clientes externos aplicando los protocolos definidos según tipo de consulta o demanda, aplicando técnicas de relaciones públicas y de comunicación adecuadas.**

Son las 16:00 horas de un día viernes y don Jacinto Cortés va a una conocida automotora a cotizar un vehículo. Acaba de terminar su jornada laboral e iba vestido con su ropa de trabajo y una mochila sobre su espalda. Al llegar, se dirige con señas hacia a un vendedor para que pueda atenderlo. El vendedor lo mira de arriba hacia abajo, fijándose en su aspecto “normal”, hace un gesto de cabeza y sigue en lo que estaba, “whatsapeando”.

– ¡Oiga joven! ¿puede atenderme?, le dice don Jacinto.

– Un momento señor, estoy coordinando la venta más importante del día.

– Ah... entonces miraré mientras tanto...

Quince minutos más tarde, el vendedor seguía sin acercarse a don Jacinto, quien ya había visto el modelo de vehículo que necesitaba... Al jefe de local no le había pasado por alto esta situación y se acerca a don Jacinto.

– Buenas tardes señor, ¿le puedo ayudar?, dice el jefe de local.

– ¡Buenas tardes!, por fin me atienden... Estoy esperando al otro joven hace rato... dice don Jacinto

– Mmm... disculpe, hoy ha sido un día ajetreado, pero dígame, qué es lo que desea...

Don Jacinto le contó al jefe de Local que era agricultor y que necesitaba renovar su flota de camiones para trasladar y despachar sus productos, ya no solo hacia la Feria de Lo Valledor, sino que había ampliado su negocio a entrega de productos frescos a domicilio y necesitaba vehículos para cumplir a tiempo con los pedidos de sus clientes.

Al cabo de una hora aproximadamente sale don Jacinto de la Automotora con una carpeta bajo el brazo camino a su hogar.

Inmediatamente retirarse don Jacinto, el Jefe de Local llama al vendedor

que no mostró interés de atender al cliente. Cuando llega tiene este diálogo con su superior:

— Uf! Jefe, ¿vió al señor que vino?... Me pidió que lo atendiera, pero yo me di cuenta al tiro que venía solo a mirar, si estaba con tierra o algo así en su ropa y seguro iba pedir que le mostrara el Mercedes Benz que tenemos en exposición, para “puro sacarse el antojo”... Para esos yo tengo un buen ojo... así que le dije que estaba cerrando una buena venta, de seguro se aburría y se fue...

— ¡Sí, claro que tienes excelente ojo!, le contesta el Jefe. El señor sucio al que tú no quisiste atender se llama don Jacinto Cortés y sí, quiso que le mostrara un Mercedes y las camionetas Peugeot Partner, dijo el Jefe.

— ¿Ve jefe?, nunca fallo, le contesta el vendedor.

— Te llamaba porque quería agradecerte, dice el Jefe.

— ¿Y por qué jefe?, le pregunta el vendedor.

— Porque gracias a tu instinto, yo hice la venta más grande del mes: don Jacinto pagó en efectivo 2 furgones Partner, 2 que documentó con cheque a fecha y 2 camiones Mercedes Benz con crédito directo de la automotora. El vendedor no podía creerlo, se había perdido millones en comisiones, había perdido credibilidad frente a su jefe por su falta de profesionalismo, puso en riesgo un excelente negocio por dejarse llevar por las apariencias y además lo despidieron por “notable abandono de labores”.



## ¿Cuánto Sabemos?

Considerando la situación que se generó en la automotora, ¿podrías identificar clientes internos y externos?. A continuación, lista todas las situaciones donde se pone en peligro la “calidad de la atención de clientes”.

.....

.....

.....

.....

## ¿Quieres aprender más?

**Cliente Interno**

<https://www.youtube.com/watch?v=EVQePYUbx-4>



### Reflexionemos

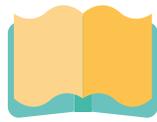
¿Por qué don Jacinto no fue importante para el vendedor?

¿Cuál es el principal aspecto en el que falló el vendedor?

¿Será don Jacinto un cliente fiel después de la experiencia vivida en la automotora?

¿Hubo “calidad” en el servicio recibido por don Jacinto?

¿Es justo lo que le ocurrió al vendedor? ¿Por qué?



# Aprendamos

---

## Conceptos Clave

**Cliente:** Persona, empresa u organización que adquiere productos y/o servicios de otras personas, empresas y/u organización, con el fin de satisfacer una necesidad determinada.

**Consumidor:** Es aquel usuario final de los bienes servicios que ofrece una empresa.

**Servicio de Atención a Clientes:** Son el conjunto de acciones que ejerce una empresa para relacionarse con sus clientes, con el objetivo de que éste adquiera el producto y/o servicio adecuado en el momento que lo necesite y en el lugar correcto. La atención a clientes no termina con la compra o consumo de los bienes y servicios, también integra el servicio de postventa

**Servicio de Post Venta:** Consiste en todas aquellas acciones por parte de la empresa destinadas a mantener la satisfacción del cliente después de que éste ha adquirido los bienes y/o servicios, con el objetivo principal de fidelizarlo. Una venta no termina cuando el cliente paga, la meta de la empresa es que el cliente logre una satisfacción total, incluso después del consumo del bien y/o servicio que adquirió.

**Sugerencias:** Son las propuestas de parte de los clientes que contengan elementos de mejora en la prestación de los servicios ofrecidos.

**Quejas:** Son aquellas situaciones que evidencia el cliente cuando denuncia problemas o situaciones derivados de mala atención por parte del personal, ya sea por problemas de comunicación u otro que tenga que ver con el trato recibido.

**Reclamos:** Son todas aquellas denuncias por parte de los consumidores cuando hay un grado de insatisfacción o disconformidad respecto a la calidad del servicio o producto recibido, ya que estos no cumplen con las expectativas debido a falencias por parte de la empresa. Cuando un cliente hace un reclamo espera una respuesta o solución a su problema.



# Apliquemos lo Aprendido

1-. ¿Cuál es la diferencia entre un cliente y un consumidor?

.....

.....

.....

.....

2-. Da un ejemplo de cliente y un ejemplo de consumidor:

Cliente:

.....

.....

.....

.....

Consumidor:

.....

.....

.....

.....

3-. Relata una situación donde la atención de clientes que has recibido haya sido satisfactoria

.....

.....

.....

.....

4-. ¿Has tenido que utilizar el servicio de postventa en alguna ocasión?, Describe la situación y si el resultado fue satisfactorio o no.

.....  
.....  
.....  
.....

5-. ¿Cuál es la diferencia entre quejas y reclamos?

.....  
.....  
.....  
.....

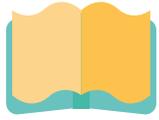
6-. Escribe unas breves queja y reclamo dirigido a la misma empresa

Queja:

.....  
.....  
.....  
.....

Reclamo:

.....  
.....  
.....  
.....



# Aprendamos

## Tipos de Clientes

El cliente o consumidor es el motivo principal del negocio. Atender a un cliente implica saber manejar variables que pueden ser difíciles de anejar, tal como es el temperamento de las personas.

Los colaboradores o empleados que atienden clientes de forma presencial tienen que saber que hay diferentes tipos de clientes y que se debe tratar con ellos de manera diferenciada, a fin de que su experiencia sea de la manera más eficiente. Revisa la siguiente clasificación y piensa cómo eres tú como cliente:



### Introvertidos

**Características:** Personas reservadas que no se comunican fácilmente, no suelen expresar sus deseos.

**¿Cómo actuar?:** Necesitan tiempo, paciencia y empatía. Se debe ir al "ritmo" del cliente para que no se cohíba aún más.



### Extrovertidos

**Características:** Personas amigables, cordiales y conversadoras. Les gusta destacar y llamar la atención.

**¿Cómo actuar?:** Déjalo expresarse, pero establezca límites. Durante la atención déjelos escuchelos atentamente para lograr entender qué necesitan y ofrecer alternativas de solución.

### Seguros de si Mismos



**Características:** Personas bien informadas, saben lo que quieren y lo comunican con facilidad.

**¿Cómo actuar?:** La clave es “ellos conocen, pero el especialista soy yo”, hay que demostrar los conocimientos. No se les debe contradecir, pero se debe tratar de demostrar profesionalismo con argumentos sólidos y veraces.

### Nerviosos

**Características:** Personas bien informadas, saben lo que quieren y lo comunican con facilidad.

**¿Cómo actuar?:** La clave es “ellos conocen, pero el especialista soy yo”, hay que demostrar los conocimientos. No se les debe contradecir, pero se debe tratar de demostrar profesionalismo con argumentos sólidos y veraces.



### Agresivos / Violentos



**Características:** Personas irritables y de trato brusco, incluso grosero, déspota.

**¿Cómo actuar?:** No hay que ponerse a la defensiva, responder de la misma forma ni provocarlo aún más. Mantenga la calma y hágale preguntas directas para detectar qué es lo que le molesta y negociar una solución. Si es necesario, pida ayuda a un supervisor



# Ejercitemos

A partir de lo estudiado hasta ahora, escribe por qué atenta contra el servicio de atención a clientes las siguientes actitudes de un asistente de atención:

## Apatía:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Desaire:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Frialdad:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### ¿Sabias que...?

Los clientes se pierden por:

- 14% mala calidad el producto.
- 68% indiferencia y mala atención
- 18% otras causas



# Trabajemos en grupo

## Importante

Encontrarás las pautas de evaluación al final de la actividad. LÉELAS cuidadosamente, SÍGUELAS y obtendrás excelentes resultados

## Trabajo Grupal con Evaluación Sumativa de Proceso

**Objetivo general:** Producir de Material Audiovisual que de cuenta del correcto proceder al enfrentarse a diferentes tipos de clientes.

### OAG:

- Trabajar eficazmente en equipo, coordinando acciones con otros insitu o a distancia, solicitando y prestando cooperación para el buen cumplimiento de sus tareas habituales o emergentes
- Participar en diversas situaciones de aprendizaje, formales e informales, y calificarse para desarrollar mejor su trabajo actual o bien para asumir nuevas tareas, en una perspectiva de formación permanente.

**Actividad:** Graba, edita y presenta representaciones propias de situación de atención a clientes donde se manifieste real de un conflicto en la atención de clientes.

### Instrucciones Específicas:

**I.- Para iniciar:** (Evaluación correspondiente al 20% de la calificación final)

1. Reunirse en equipos de 5 personas.
2. Decidir entre todos los miembros del equipo una situación de conflicto entre un tipo de cliente visto en clases y un ejecutivo de atención al cliente que quieran representar en formato de cortometraje.
3. Una vez elegida la situación de conflicto, escribir un pequeño guión técnico considerando lo siguiente:
  - a. Tipo de cliente o clientes a trabajar
  - b. Sinopsis del conflicto, indicando claramente introducción, desarrollo y conclusión.
  - c. Recursos a utilizar
  - d. Indicar nombre de los integrantes del equipo y los roles de cada uno.
  - e. Título creativo

## II.- El Trabajo fuerte (Autoevaluación correspondiente al 20% de la calificación final)

1. A partir del guion anterior, grabar con un celular un cortometraje con las siguientes características:
  - a. Duración: de 3 a 5 minutos
  - b. Formato de entrega .MP4
  - c. El estilo es libre: animación, actuación, marionetas, mudo u otro.
  - d. Debe ceñirse al guion.
  - e. Debe incluir título creativo
  - f. Se puede hacer mezcla de estilos
  - g. Debe contener créditos de los realizadores.
  - h. Edición con el programa que cada equipo determine sea mejor para el buen resultado del cortometraje.

¿Quieres aprender más de cómo realizar un corto?

[https://prezi.com/imyxvm17hlrj/?utm\\_campaign=share&utm\\_medium=copy&rc=ex0share](https://prezi.com/imyxvm17hlrj/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share) **Cortometraje** 

## III.- La hora de la verdad (Evaluación correspondiente al 60% de la calificación final)

1. Se debe enviar el cortometraje máximo 48 horas antes de la fecha de presentación.
2. El corto se debe enviar al profesor como enlace a la nube digital en donde determine el equipo su alojamiento (DRIVE de google, ONE de Outlook, DROPBOX, etc.)

**Escribe aquí algunos detalles de coordinación de trabajo con tu equipo:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Pauta de Evaluación Guión Cortometraje

**Objetivo:** Escribir guión para cortometraje.

### Indicadores:

- **Excelente (E):** Evidencia en forma clara y consistente, sobresale con respecto a lo que se señala en el indicador. Es un desempeño que supera ampliamente al estándar propuesto. (3 ptos.)
- **ACEPTABLE (A):** Evidencia cumplimiento con lo requerido. Aun cuando no excepcional, se trata de un buen desempeño. (2 ptos.)
- **BÁSICO (B):** Evidencia que cumple con lo esperado según indicador, con el mínimo aceptable y estas requieren ser fortalecidas (1 pto.)
- **INSATISFACTORIO (I):** Evidencia con claras debilidades en el aspecto que señala el indicador y éstas requieren ser reforzadas. (0 pto.)

Criterios	E	A	B	I
1.- Presenta en tiempo y forma el guión del cortometraje.				
2.- Contiene los elementos formales de un trabajo escolar: logo del establecimiento, individualización del curso, de la asignatura, de los miembros del equipo y del profesor				
3.- Indica explícitamente el o los tipos de clientes a trabajar				
4.- Se indica claramente la introducción, el desarrollo y la conclusión del guión				
5.- Los recursos a utilizar para la ejecución del cortometraje están indicados				
6.- Se indican los roles que asumirán cada estudiante				
7.- Propone título creativo.				
8.- El guión contiene vocabulario técnico propio de los contenidos y asignatura				
9.- Los textos están escritos con corrección gramatical y ortográfica				
10.- Los textos están escritos en estilo formal y se precisa el lenguaje coloquial cuando el contexto del guión lo amerita.				
<b>Puntaje Por Indicador</b>				

## Pauta de Autoevaluación Grupal Trabajo en Equipo Cortometraje

**Objetivo:** Evaluar el trabajo en equipo para llevar a cabo una tarea en común con sentido de colaboración y respeto.

### Indicadores:

- **Excelente (E):** Evidencia en forma clara y consistente, sobresale con respecto a lo que se señala en el indicador. Es un desempeño que supera ampliamente al estándar propuesto. (3 pts.)
- **ACEPTABLE (A):** Evidencia cumplimiento con lo requerido. Aun cuando no excepcional, se trata de un buen desempeño. (2 pts.)
- **BÁSICO (B):** Evidencia que cumple con lo esperado según indicador, con el mínimo aceptable y estas requieren ser fortalecidas (1 pto.)
- **INSATISFACTORIO (I):** Evidencia con claras debilidades en el aspecto que señala el indicador y éstas requieren ser reforzadas. (0 pto.)

Crterios	E	A	B	I
1.- Estuvieron todos los integrantes asistentes en las clases destinadas para el desarrollo del trabajo.				
2.- Realizaron el trabajo con nivel óptimo de calidad.				
3.- Todos los integrantes del grupo trabajaron de forma equitativa y responsable.				
4.- Antes de realizar el trabajo, discutieron y consensuaron la mejor manera de llevarlo a cabo.				
5.- Todos los integrantes del equipo hicieron aportes relevantes para la ejecución de la tarea.				
6.- Manejaron adecuadamente los conflictos que pudieron sucederse en el equipo				
7.- Propiciaron un clima de equipo agradable, donde primó la tolerancia, el respeto y el buen trato.				
8.- Se dividieron de manera proporcional el trabajo, de manera que todos los integrantes del equipo hayan aportado activamente.				
9.- Antes de entregar el producto, todos los integrantes tomaron conocimiento de él y pudieron sugerir o aprobar modificaciones.				
10.- El equipo es capaz de autoevaluarse de manera objetiva y considerando la oportunidad formativa de esta instancia.				
<b>Puntaje Por Indicador</b>				

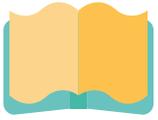
## Pauta de Evaluación Cortometraje

**Objetivo:** Valorar la actitud positiva de un ejecutivo de atención al cliente frente al mismo a través de un cortometraje.

### Indicadores:

- **Excelente (E):** Evidencia en forma clara y consistente, sobresale con respecto a lo que se señala en el indicador. Es un desempeño que supera ampliamente al estándar propuesto. (3 pts.)
- **ACEPTABLE (A):** Evidencia cumplimiento con lo requerido. Aun cuando no excepcional, se trata de un buen desempeño. (2 pts.)
- **BÁSICO (B):** Evidencia que cumple con lo esperado según indicador, con el mínimo aceptable y estas requieren ser fortalecidas (1 pto.)
- **INSATISFACTORIO (I):** Evidencia con claras debilidades en el aspecto que señala el indicador y éstas requieren ser reforzadas. (0 pto.)

Criterios	E	A	B	I
1.- Presenta el trabajo en el en tiempo solicitado.				
2.- El cortometraje es enviado a través de algún tipo de nube virtual.				
3.- El formato de entrega es el solicitado en la guía de trabajo				
4.- Cumple con los tiempos de duración				
5.- El video está ceñido al guión propuesto				
6.- Propone título creativo				
7.- Están incluidos los créditos de los realizadores				
8.- Está ajustado a los contenidos revisados en clase				
9.- El audio e imagen permiten la apreciación completa del video				
10.- El corto metraje es una propuesta creativa en su generalidad				
<b>Puntaje Por Indicador</b>				



# Aprendamos

## El Ejecutivo de Atención al Cliente: la imagen de la empresa

En la atención de clientes, entre sus diferentes aspectos, se puede mencionar como uno de los más importantes el conductual, que está relacionado con la conducta que el empleado debe asumir al estar en su horario laboral. Una empresa no solo está representada por los productos o servicios que comercializa u ofrece, sino que también por la forma en que se comportan sus empleados en el ámbito laboral.

**¿Estás de acuerdo con el párrafo anterior, por qué?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### Revisemos lo siguiente:

#### **Presentación Personal:**

La apariencia cobra gran importancia, ya que el personal de contacto es la cara visible de la empresa, por lo que, si no se cuida, se puede producir rechazo ante el cliente o vender una mala imagen de la empresa.

#### **Manejo de Quejas y Reclamos:**

Si se quiere vender calidad, el manejo de quejas es un proceso calificado como crítico para ese objetivo. Si las quejas son subvaloradas se puede generar una insatisfacción generalizada.

#### **La Amabilidad Y Cortesía:**

La forma de dirigirnos a otro demuestra, entre otros, el grado educación propia, por lo que cuidar de las normas de cortesía básicas como saludar A TODAS las personas (no solo a los clientes), no mostrar demasiada confianza con los clientes, cuidar el vocabulario, hablará bien de nosotros y dará prestigio a nuestro lugar de trabajo.





**Se sincero y te evalúe al respecto:** marca con una X según corresponda y comparte con tus compañeros cómo ciertas conductas se transforman en hábito y qué pueden hacer para mejorar.

**S:** siempre      **A:** A veces      **N:** nunca

Criterios	S	A	N
1.- Mi presentación personal es impecable durante todo el día			
2.- Practico higiene personal a diario			
3.- El cabello lo uso corto o peinado de forma adecuada para el ambiente escolar			
4.- Los accesorios que utilizo son discretos y adecuados al contexto educacional			
5.- Cumpro con los horarios porque demuestro que soy responsable y confiable			
6.- Utilizo redes sociales varias durante el horario de las clases			
7.- El vocabulario que suelo utilizar con mis compañeros es informal y hasta soez			
8.- Utilizo las fórmulas de cortesía cada vez que se requiera			
9.- Involucro sentimientos personales al momento de trabajar en equipo			
10.- Soy respetuoso con todos los miembros de la comunidad escolar			



# Aprendamos

**Registra, monitorea y sistematiza el proceso de resolución a problemas y/o reclamos de clientes, utilizando protocolo definido y técnicas de relaciones públicas. Utilizando medios y formatos especiales para prevenir conflictos futuros con los clientes**

La Queja Es Un Regalo... y Tú?

¿Qué Piensas?

## Gestión de Reclamos y Quejas

Al hablar de reclamos y quejas, inmediatamente se piensa en algo negativo y que generará problemas. Sin embargo, una gestión adecuada de las mismas, puede significar una oportunidad de mejora y fiato con el cliente, ya que evidencia problemas de diversa índole en todo el proceso en que la empresa tiene contacto con el cliente.

Por lo anterior, es importante tener en cuenta que las quejas y los reclamos nos entregan una información valiosa:

Nos permiten **conocer** la percepción que el cliente tiene de nuestros servicios.

Nos sirve de **guía** para mejorar, pues nos sirven para corregir defectos o errores que repetimos sistemáticamente sin darnos cuenta.

Son una **oportunidad** para afianzar nuestra relación con el cliente, se sentirá atendido, escuchado, y como parte valiosa que aporta información de mejora a la empresa.

Nos facilitan **información** acerca de las necesidades y expectativas de los clientes.

**Si no conocemos el error, no podemos evitar que se vuelva a repetir, si no sabemos porque se ha producido, no podremos evitar que se vuelva a producir.**

**La clave de una gestión óptima** de las quejas es que sirvan para reducir al máximo los motivos que las producen.

**Gestionar bien las quejas** es la mejor manera de fidelizar clientes, puesto que transmite una imagen de empresa interesada en la atención y servicio al cliente.

## Manejo de Reclamos y Quejas

Un buen manejo de reclamos y quejas debería considerar los siguientes pasos:

1.- Prestar atención al recibir un reclamo o queja (por escrito) y mostrar disposición e interés en ayudar al cliente.

2.- Si es posible, brindar una solución inmediata y ofrécala. Si no es el caso, escálela con un superior.

3.- Darle seguimiento a la queja y/o reclamo hasta asegurarse que se haya solucionado

4.- Verificar con el cliente que su reclamo y/o queja fue solucionada y si se encuentra satisfecho con la solución ofrecida

### A Tener en Cuenta:

1. Siempre hay que ser empático y ponerse en la situación del cliente para entender mejor el alcance del problema que está reportando.
2. Nunca se debe responsabilizar a otro colega frente al cliente.
3. Evitar ofrecer soluciones que no sean factibles de ejecutar.
4. Mantener un registro de las quejas y reclamos y la solución ofrecida

Solamente hemos hablado de situaciones complicadas que surgen de la relación entre cliente y empresa y, a partir de ellas, realizar mejoras. Pero... ¿qué pasa cuando hacemos las cosas bien?

Cando hay algún cliente que esté realmente satisfecho con nuestro trabajo o con el servicio recibido, es conveniente registrar dicha situación, ya que permite fortalecer las conductas positivas dentro de la organización.

Se debe recordar que el Servicio de Atención al Cliente no siempre se realiza de forma presencial, por lo que el manejo de reclamos se realiza a través de otros medios... ¿Podrías mencionar algunos de ellos?:

1.-

2.-

3.-

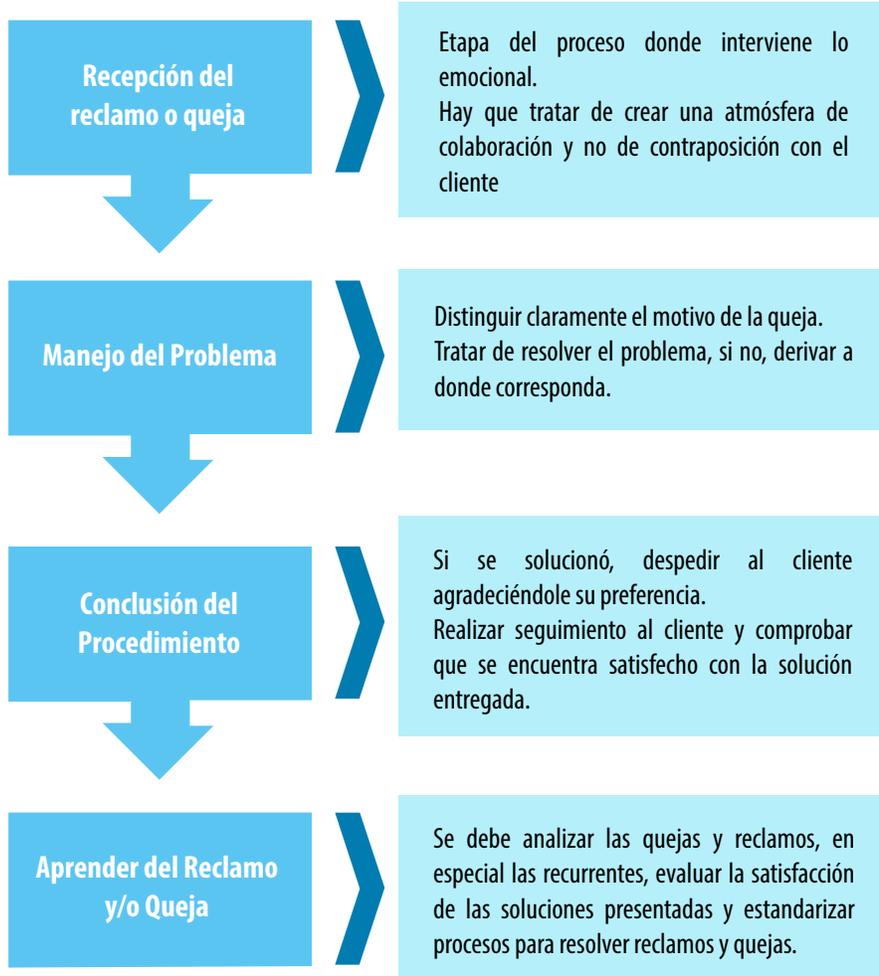
4.-

5.-



## Proceso del Manejo de Reclamos y Quejas

Un proceso adecuado en el manejo de reclamos y quejas incorpora los estos pasos elementos:



Las quejas y reclamos de los clientes se deben por escrito, independientemente del canal de comunicación que se utilice para expresarlas. Ante una queja se ha de prestar total atención a lo que el cliente comunica para extraer la máxima información y posteriormente trasladarla a los departamentos correspondientes.

Aunque el cliente no tenga razón, no se le discute, se argumenta que ha habido un problema de comunicación, un malentendido, una disfunción en el servicio. Se le presenta una disculpa y se le comunica que se tomarán las medidas oportunas. Se debe responder a la solicitud en el menor tiempo posible y hacer seguimiento a la solución. El cliente se sentirá importante y escuchado, esa es la meta.

## ¿Quieres aprender más?

**Formulario de Quejas / Reclamos / Sugerencias**

[https://cib.bnpparibas.com/documents/Formulario\\_de\\_Quejas\\_y\\_Reclamos.pdf](https://cib.bnpparibas.com/documents/Formulario_de_Quejas_y_Reclamos.pdf)

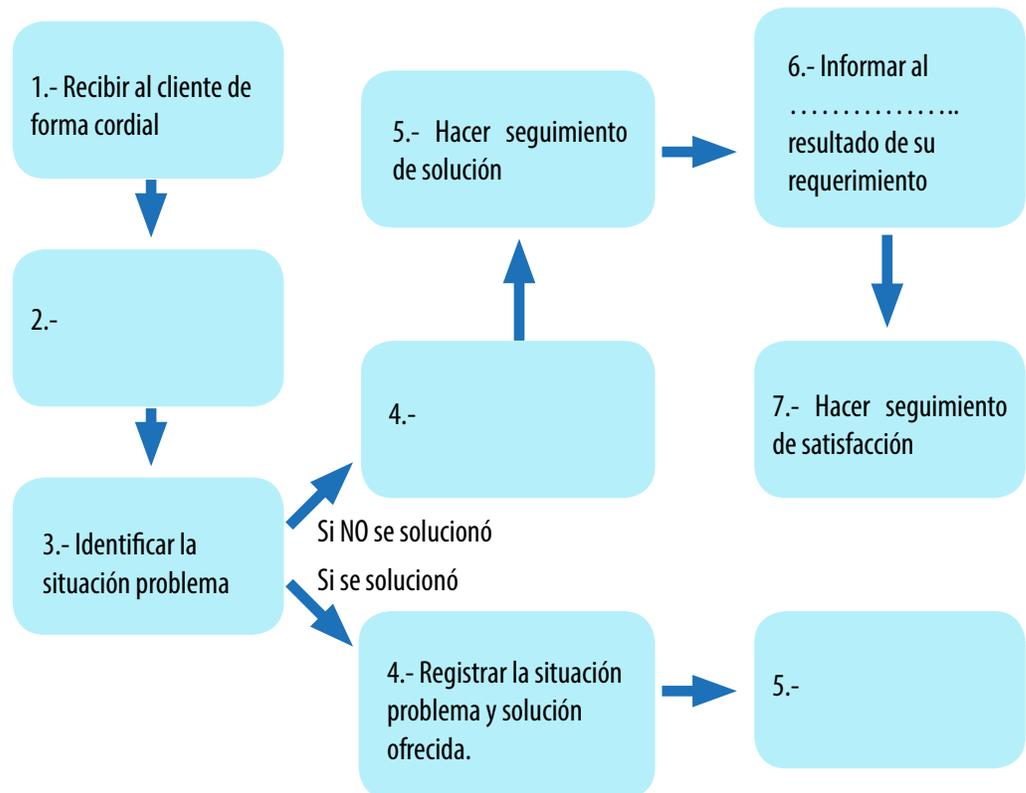


Revisa este link y verás un ejemplo de formulario de quejas / reclamos y sugerencias de una entidad financiera llamada BNP PARIBAS?



## Resumamos

Te invito a resumir lo aprendido trabajando en un pequeño resumen de cómo se debe proceder cuando recibimos una sugerencia, queja o reclamo y hasta una ¡felicitación!. Guíate por las pistas que hay y revisando los contenidos de la unidad:



Después de haber llenado el diagrama de flujo, escribe en tu cuaderno la importancia de cada punto en la Gestión de Sugerencias, Reclamos y Quejas (Felicitaciones también)



# Apliquemos lo Aprendido

## Trabajo Individual con Evaluación Sumativa

Ya tienes lo necesario para aplicar los conocimientos que has adquirido durante el curso. En esta ocasión deberás proponer un formato de formulario o ficha de registro para reclamos y/o quejas. Para ello ten en cuenta la siguiente pauta de evaluación que está al final de la actividad.

**Objetivo:** Construir formulario de registro para reclamos y/o quejas considerando los elementos básicos del mismo utilizando procesador de texto.

### OAG:

- Comunicarse oralmente y por escrito con claridad, utilizando registros de habla y de escritura pertinentes a la situación laboral y a la relación con los interlocutores.
- Realizar las tareas de manera prolija, cumpliendo plazos establecidos y estándares de calidad, y buscando alternativas y soluciones cuando se presentan problemas pertinentes a las funciones desempeñadas
- Tratar con respeto a subordinados, superiores, colegas, clientes, personas con discapacidades, sin hacer distinciones de género, de clase social, de etnias u otras.
- Manejar tecnologías de la información y comunicación para obtener y procesar información pertinente al trabajo, así como para comunicar resultados, instrucciones e ideas

**Actividad:** Diseña en Word formulario para registrar quejas y reclamos.

Instrucciones:

1. Lea atentamente la Pauta de Evaluación adjunta y cree el formulario solicitado.
2. Envíe su trabajo al correo proporcionado por el profesor en el tiempo y forma solicitado.

## Pauta de Evaluación Formulario

**Objetivo:** Valorar la actitud positiva de un ejecutivo de atención al cliente frente al mismo a través de un cortometraje.

### Indicadores:

**SI:** Evidencia en forma clara y consistente el cumplimiento de lo requerido. (1 pto.)

**NO:** No evidencia el cumplimiento con lo requerido en el criterio. (0 pts.)

Criterios	SI	NO
• Presenta el trabajo en el en tiempo solicitado.		
• Utiliza procesador de texto Word para ejecución del formulario		
• Indica nombre del formulario		
• El formulario contiene los casilleros o espacios para registrar		
• Fecha de ingreso de la solicitud		
• Individualización del cliente (Nombre, CI, correo electrónico, teléfono celular)		
• Exposición de los motivos del reclamo y/o queja		
• Departamento o área al que corresponde la solicitud		
• Nombre del ejecutivo de atención		
• Si la queja va dirigida hacia una persona en concreta, individualización de la misma		
• Causa del reclamo y/o queja (el por qué se genera)		
• Consecuencia o inconvenientes que causó		
• Propuesta de solución		
• Área o departamento de derivación (si así lo requiere)		
• Plazo para solucionar requerimiento (si no se puedo hacer de inmediato)		
• Forma de comunicación de la solución del requerimiento al cliente		
• Seguimiento de satisfacción al cliente		
• El formulario tiene la estética de un documento profesional y funcional		
<b>Puntaje Por Indicador</b>		





# Bibliografía

- **“Buenas Prácticas para la atención al cliente”.** Ministerio de Industria turismo y Comercio, Gobierno de España. Edición mayo 2009.
- **“Manual Buenas Prácticas para la Atención de clientes Dirigido al personal de contacto”.** Ministerio Nacional de Comercio Exterior y Turismo, Gobierno de Perú. Marzo 2013.
- **Mujeres de Empresa**  
<http://www.mujeresdeempresa.com>
- **Prezi**  
[www.prezi.com](http://www.prezi.com)
- **Formulario de Quejas / Reclamos / Sugerencias**  
[https://cib.bnpparibas.com/documents/Formulario\\_de\\_Quejas\\_y\\_Reclamos.pdf](https://cib.bnpparibas.com/documents/Formulario_de_Quejas_y_Reclamos.pdf)