



A.N.E.P.

**Consejo de Educación Técnico Profesional
(Universidad del Trabajo del Uruguay)**

ESQUEMA DE DISEÑO CURRICULAR

DEFINICIONES	
Tipo de Curso	Capacitación Profesional Inicial
Orientación	Atención al Público y/o Cliente
Perfil de Ingreso	EMB completa y 16 años
Duración	100 horas
Perfil de Egreso	<ul style="list-style-type: none">• Adquirir aptitudes y herramientas de atención, a través de la buena comunicación y compromiso con el cliente.• Relacionar el desarrollo del curso con el funcionamiento del mercado actual en la calidad de atención requerida por el tipo de cliente.• Desempeñarse en el ámbito de atención al público tanto en el sector privado como público• Conocer herramientas básicas de medición de satisfacción del cliente
Crédito Educativo	Capacitación Profesional Inicial en Atención al Público y/o Cliente
Certificación	Certificado



A.N.E.P.

Consejo de Educación Técnico Profesional
(Universidad del Trabajo del Uruguay)

	DESCRIPCIÓN	CÓDIGO
TIPO DE CURSO	CAPACITACION PROFESIONAL INICIAL	058
PLAN	2007	2007
ORIENTACIÓN	Atención al Público y/o Cliente	01A
SECTOR DE ESTUDIOS	Comercio y Administración	610
AÑO	ÚNICO	U
MÓDULO	N/C	N/C
ÁREA DE ASIGNATURA	Atención y al Público y al Cliente	5035
ASIGNATURA	Atención al Público y/o Cliente	03071
ESPACIO CURRICULAR	-----	-----

TOTAL DE HORAS/CURSO	100 horas
DURACIÓN DEL CURSO	12 semanas
DISTRIB. DE HS /SEMANALES	8 horas

FECHA DE PRESENTACIÓN	
FECHA DE APROBACIÓN	
RESOLUCIÓN CETP	

1-FUNDAMENTACIÓN

La propuesta de capacitación en atención al cliente, que se propone en el presente programa, nace de las necesidades competitivas que hoy por hoy diferencian la imagen de las organizaciones públicas y privadas.

La eficiencia en relación a este servicio es una herramienta básica en la mejora de calidad de los servicios. El servicio es el nuevo parámetro que utilizan los clientes para juzgar una empresa. Por lo cual resulta de gran relevancia generar nuevas competencias laborales que preparen a nuestros alumnos para interactuar de forma eficaz en el mercado laboral.

“La Organización del Trabajo impulsa a nivel mundial una serie de programas tendientes a lograr la certificación de **competencias laborales** de personas que no poseen un título o certificado que permita acreditar un conocimiento o especialidad.

Un concepto generalmente aceptado la establece como una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada.

La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución del trabajo, es una capacidad real y demostrada”¹

La formación en dichas competencias genera conocimientos y herramientas técnicas que garantizan el buen desempeño laboral y profesional de los alumnos.

Las empresas e instituciones públicas y privadas, demandan cada vez más personal capacitado en atención al cliente, logrando así destacarse en su mercado a través de una alta calidad de servicio capacitado para responder a dichas demandas cada vez más exigentes de los clientes.

El servicio al cliente constituye un alto nivel de productividad, calidad y competitividad laboral que posiciona a las empresas en el lugar de GANAR – GANAR.

A medida que pasa el tiempo, se hace más urgente y necesaria la aplicación correcta y efectiva del servicio al cliente en establecimientos comerciales de pequeñas, medianas y grandes empresas, así como en instituciones e incluso en nuestra vida diaria; esto debido a que en la actualidad todos ofrecemos, desde bienes y servicios hasta la imagen que proyectamos a los demás.

Esto nos conduce a la toma de conciencia sobre los recursos y estrategias enfocadas hacia la necesidad de crear instrumentos para fidelizar y mantener al cliente. Hay una exigencia a nivel de la sociedad de una atención personalizada que se manifiesta a través del consumismo masivo, siendo consecuencia del funcionamiento de un sistema competitivo construido por el individuo de nuestra época

¹ Alles, M. Alicia. Dirección estratégica de Recursos Humanos. Granica. Bs As.

2-OBJETIVOS

- Mejorar la calidad del servicio en la tarea de atender al cliente.
- Capacitar a los estudiantes en aspectos y contenidos relativos a estrategias de impacto positivo de atención al cliente

2.1- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Lograr que el estudiante comprenda el proceso de Atención al Cliente mediante la puesta en práctica de herramientas y conocimientos adecuados para la buena calidad de servicio.
- Propiciar un clima de trabajo orientado a la satisfacción, identificando modalidades de trabajo aplicables en relación al clima y la motivación.
- Lograr que el estudiante comprenda debilidades y fortalezas que condicionan la atención al cliente. Identificando y desarrollando modalidades que generen consecuencias altamente positivas.
- Identificar tipos de clientes, desarrollando características principales de las diferentes clases de consumidores que se encuentran en el mercado, para poder adelantarse a sus necesidades.

3- COMPETENCIAS DE EGRESO

- Adquirir aptitudes y herramientas de atención, a través de la buena comunicación y compromiso con el cliente.
- Relacionar el desarrollo del curso con el funcionamiento del mercado actual en la calidad de atención requerida por el tipo de cliente.
- Desempeñarse en el ámbito de atención al público tanto en el sector privado como público
- Conocer herramientas básicas de medición de satisfacción del cliente

4-CONTENIDOS

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN A LA TEMÁTICA

1. La misión, visión valores de las Empresas
2. Conceptos de cliente y la importancia de su atención
3. Quienes son y qué buscan los clientes
4. La calidad de atención como ventaja competitiva
5. El valor económico del cliente: fidelización de clientes

UNIDAD 2: COMUNICACIÓN EFECTIVA

1. El proceso de la comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Canales
4. Comunicación Interna. Ruidos en la comunicación
5. Comunicación eficiente: desarrollo de habilidades para una buena comunicación
6. Las nuevas tecnologías asociadas a la atención cliente
7. Señalización de espacios, página web, folletería, mensajes de texto

UNIDAD 3: BASES PARA UNA ATENCIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE

- 1 Trabajo en equipo
- 2 Actitud proactiva
- 3 Técnicas y herramientas para la atención al cliente
- 4 El personal de contacto orientado hacia el cliente
- 5 Tratamiento de consultas
- 6 Gestión de consultas, quejas y reclamos
- 7 La importancia de los tiempos de respuesta
- 8 Negociación eficaz
- 9 Entorno de atención adecuado
- 10 Puestos de atención
- 11 Lugares y tiempos de espera
- 12 Accesibilidad Universal (Norma UNIT ISO 200)
- 13 Buenas prácticas para el trato y atención de personas con discapacidad

UNIDAD 4: DIFERENTES TIPOS DE ATENCIÓN

- 1 Presencial
- 2 Telefónica
- 3 Web
- 4 Oficinas Móviles, Centros de Atención Ciudadana
- 5 Protocolos para la atención al público

UNIDAD 5: DIFERENTES DE CLIENTES

- 1 Características y formas de atención
- 2 El vecino como cliente
- 3 Principios orientadores en la Administración Pública

UNIDAD 6: INDICADORES DE GESTIÓN

- 1 Modelos de medición y evaluación de la calidad de atención:
 - 1.1 Encuestas de satisfacción
 - 1.2 Buzones de consulta
- 2 Proceso de mejora continua

4-PROPUESTA METODOLÓGICA.

La propuesta metodológica se basará en una modalidad de taller, con dinámica de presentación que englobe la temática de atención al cliente, así como también actividades grupales recordando una situación donde los han atendido bien y mal la cual servirá de disparador para la presentación del curso y el fundamento de sus contenidos.

Se realizarán también actividades con un enfoque teórico- práctico, buscando que sean motivadoras y participativas con planteos de situaciones-problema que sirvan como disparadores de la acción.

Se sugieren realizar visitas a empresas de atención al público en sus diversas modalidades: presencial, telefónica, entre otros, de modo de que los estudiantes puedan experimentar y visualizar las diversas formas de atención.

5-EVALUACIÓN

En la evaluación se valorará el trabajo en equipo, talleres con participación oral y escrita sobre la metodología utilizada durante el curso, pudiendo sondear la incorporación de los procesos de aprendizaje tanto individual como grupalmente.

Se tomará en cuenta la elaboración de soluciones y análisis de las problemáticas que vayan surgiendo a través de los conocimientos incorporados.

La evaluación final se realizará de acuerdo al Reglamento de Capacitación Básica- 2007.

6- MATERIALES Y EQUIPAMIENTO

- Equipamiento:
- Mostrador
- Sillas
- Computadora
- Teléfono
- Materiales:
 - Uniformes
 - Blocks de notas
 - Lapiceras
 - Material fungible
- Recursos didácticos:
 - Videos
 - Dinámicas de simulación
 - Técnicas recreativas
 - Insumos para dinámicas

7-BIBLIOGRAFÍA

- Alvariza, Alma. *“Manual de atención al público. 1992.*
- AGEV/OPP Modelo de Calidad de Atención a la Ciudadanía
- Goldstein, Albert. *“El arte de vender: como vencer la resistencia del comprador”.* 1984.
- John, Tschohl. *El Arma Secreta de la Empresa que alcanza la excelencia: Servicio al Cliente.* 5ª Edición.
- Lira Meija, María del Carmen. *Como puedo mejorar el servicio al cliente.* Editorial: María Carmen Lira Mejía. Primera Edición, 2009.
- Manual para la señalización de oficinas y creación de unidades de atención al público. Uruguay, Presidencia de la República, Secretaría. 1992.

- Manual de Buenas prácticas para el trato y la atención al público de personas con discapacidad MIDES DNSP
- Pezzatti, Gonzalo. Tesis CRM: *Oportunidad de mejora en los procesos de atención al cliente* (CD-ROM) 2003.