

# *Manual de atención al Cliente*





Proyecto “Estrategias socioeconómicas sostenibles para la igualdad de oportunidades de las y los jóvenes de Esmeraldas”

# MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

## Ecuador - 2013

Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer, CEPAM  
Auspiciado por la AECID en cooperación con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, FAD

Quito, abril de 2013

## **Manual de Atención al Cliente**

FAD – CEPAM, 2013

ISBN: 978-9942-9882-6-3

Edita y distribuye:

Centro Ecuatoriano para la Promoción  
y Acción de la Mujer - CEPAM

Dirección: calle Luis Cordero E6-11 y Reina Victoria, edificio Gabriela Mistral,  
piso 1, Of. 102

Teléfono: (593 2) 222 4994

E-mail: cepamuio@gmail.com

Elaboración de contenidos:  
Pontificia Universidad Católica Sede en  
Esmeraldas - PUCESE

Dirección ejecutiva CEPAM:  
Susana Balarezo

Consejo Editorial:  
Susana Balarezo  
Vanessa de la Cruz  
Angel Zambrano

Diagramación e idea creativa:  
Valeria Rivilla

Ilustraciones:  
Impresión: MED Impresores

Este material se publica y distribuye con el apoyo técnico de la FAD y la financiación de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo -AECID- en el marco del proyecto “Estrategias socioeconómicas sostenibles para la igualdad de oportunidades de las y los jóvenes de Esmeraldas”, ejecutado por CEPAM.



# contenido

Presentación .....	6
Introducción .....	8
OBJETIVOS .....	9
UNIDAD 1: EL CLIENTE/ LA CLIENTA .....	11
1.1 ¿Cómo evalúa el/la cliente/a tu servicio? .....	12
1.2 La importancia de saber mirar, escuchar y preguntar .....	13
1.3 La comunicación con el/la cliente/a .....	14
UNIDAD 2: CALIDAD Y PROCESOS DE SERVICIO AL/LA CLIENTE/A .....	19
2.1 Las necesidades del/la consumidor/a .....	20
2.2 Evaluación del comportamiento de atención .....	24
2.3 Motivación y recompensas .....	25
UNIDAD 3: PASOS PARA UNA EXCELENTE ATENCIÓN AL/ A LA CLIENTE/A .....	27
UNIDAD 4: ¿QUÉ HARÍAS CON LOS RECLAMOS DE TUS CLIENTES? .....	33
BIBLIOGRAFÍA .....	36

# Presentación

El “Manual de Atención al Cliente” que se presenta en este documento, se elaboró en el contexto del proyecto Estrategias socioeconómicas sostenibles para la igualdad de oportunidades de las y los jóvenes de Esmeraldas, ejecutado por el Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer – CEPAM, con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo – AECID y la cooperación técnica de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción – FAD, durante los años 2012 y 2013.

El proyecto se propone superar los problemas más agudos que afectan a los/las jóvenes -que representan el 27% del total de la población provincial-, relacionados con las dificultades en su acceso al mercado laboral. Los y las jóvenes tienen bajos niveles de calificación de su fuerza laboral, se enfrentan a un mercado reducido en la oferta de plazas de trabajo, y a menudo carecen de la suficiente experiencia para trabajos especializados, estables y bien remunerados.

Los y las jóvenes tampoco cuentan con suficiente formación y experiencia para montar sus propios negocios y trabajos por cuenta propia. Sumado a ello, están los problemas de falta de crédito, tecnología e información que permitan a los/las jóvenes crear y desarrollar sus propios emprendimientos. Más grave aún es la situación de las mujeres jóvenes que se ven afectadas por mayores niveles de pobreza, exclusión y discriminación, procesos de violencia y menor acceso a los servicios de apoyo a la producción.

No obstante, los y las jóvenes que integran las organizaciones de la Red Coordinadora de Jóvenes - RCJ plantean impulsar, con apoyo del proyecto, la creación de emprendimientos innovadores, tanto en las especialidades económicas, cuanto en el desarrollo de una cultura empresarial diferente, con calidad de los productos y servicios ofertados y respetuosa de los/las clientes.

Frente a ello, el proyecto recogió los planteamientos de los/las jóvenes incorporando en forma específica la capacitación sobre atención al cliente dentro del programa

de capacitación sobre emprendimientos laborales, orientada a mejorar los procesos administrativo-gerenciales de las empresas en manos de los/las jóvenes de Esmeraldas y Ríoverde.

El presente Manual ha sido elaborado a partir de la trayectoria de trabajo conjunto entre el CEPAM y la FAD y del aprendizaje adquirido en la operación de los emprendimientos de experiencias anteriores. Así mismo, ha contado con el servicio técnico de la Escuela de Negocios de la PUCESE, que aportó con su marco conceptual y su experiencia en dicha temática.

El Manual forma parte del material de capacitación sobre emprendimientos productivos de jóvenes, elaborado como una actividad prioritaria del proyecto Estrategias socioeconómicas sostenibles para la igualdad de oportunidades de las y los jóvenes de Esmeraldas. Está dirigido a los emprendedores y emprendedoras que tienen interés en mejorar la gerencia de sus negocios.

Incluye cuatro secciones en las que se desarrollan los temas indispensables para una excelente atención a los/las clientes de los emprendimientos, como son: i) a partir del concepto de “cliente” desarrolla los elementos clave de la atención a los/as clientes; ii) el proceso de organizar el servicio de atención al cliente; iii) los pasos que debe observar un/a emprendedor/a para establecer una excelente atención a sus clientes; y, iv) las pautas para responder a los reclamos de los/as clientes.

Participaron en la elaboración del presente Manual el grupo de académicos/as y estudiantes de la Escuela de Negocios de la PUCESE, el equipo técnico del proyecto y los emprendedores y emprendedoras de las organizaciones juveniles de la Red Coordinadora de Jóvenes del Centro Juvenil Pa'lante, que al momento impulsan sus iniciativas emprendedoras en la ciudad de Esmeraldas. A todos ellos/as nuestro mejor agradecimiento.



Susana Balarezo  
Directora CEPAM



Gerardo Lerma  
Subdirector Cooperación al Desarrollo FAD

# Introducción

El presente “MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE” tiene como objetivo proponer a los/as emprendedores/as algunas cuestiones relativas a la atención al/a cliente/a al momento de vender un determinado producto o servicio, con la expectativa de que se comprenda la importancia de mejorar las habilidades y destrezas en la relación con los y las clientes. También se incluyen casos prácticos que orienten la reflexión de los/las emprendedores/as sobre las mejores prácticas de atención a los y las clientes.

Este Manual comprende cuatro unidades básicas en las que los/las emprendedores/as puedan identificar situaciones que podrían suceder en los negocios en las prácticas de atención a los clientes.

En la primera unidad se aborda una definición de lo que es “cliente” y los elementos clave que buscan los/as clientes al momento de acudir a un establecimiento para la provisión de bienes y/o servicios. Además se demuestra la importancia de observar las tres cualidades de un/a buen/a vendedor/a: mirar, escuchar y preguntar.

En la segunda unidad se enseña el proceso de organizar el servicio de atención al cliente, donde se destacan los tres elementos clave para un eficiente proceso. Así mismo se detallan los tipos de clientes y la forma en cómo tratarlos.

En la tercera unidad se detallan los pasos que debe observar un/a emprendedor/a para practicar una excelente atención con sus clientes, para lograr resultados positivos en la realización de los productos de la empresa.

En la cuarta unidad del Manual se establecen algunas pautas para responder a los reclamos de los/as clientes, tratando de encontrar las mejores soluciones que reviertan en el mejor prestigio para la empresa.

# Objetivos

## OBJETIVO GENERAL

Ofrecer a los/las emprendedores/as un soporte teórico sobre los aspectos relacionados con la atención al cliente, para que incorporen en forma eficiente las buenas prácticas al momento de interactuar con sus clientes/as, mediante la implementación de varios mecanismos y estrategias con la simulación de actividades prácticas.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Conocer lo que los/las clientes/as necesitan para sentirse satisfechos/as.
2. Identificar los tipos de clientes/as, para saber cómo tratarlos, en el momento oportuno.
3. Dar a conocer a los/as emprendedores/as los pasos para una excelente atención a los/as clientes/as a partir de casos prácticos.
4. Determinar qué medidas tomar cuando existen reclamos de los/as clientes.





## UNIDAD 1:EL CLIENTE/ LA CLIENTA

# UNIDAD 1

## EL CLIENTE/ LA CLIENTA

Es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios.

“A los/as clientes/as hay que tratarlos como ellos/as quieren ser tratados”

Los cuatro factores para una buena atención al cliente son:

- Presentación personal
- Sonrisa
- Amabilidad
- Educación

La atención al/la cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado.

### 1.1 ¿CÓMO EVALÚA EL CLIENTE/ LA CLIENTA TU SERVICIO?

Atención y servicio no son lo mismo, el cliente o la clienta se fija en todos los detalles y reacciona ante ellos. Debes conocer los cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente. Los elementos básicos a tener en cuenta son:

- **Elementos tangibles:** Como las instalaciones y los equipo de la empresa, la presentación del personal, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos.

- **Cumplimiento:** Implica desarrollar el servicio prometido oportunamente, es decir, lo que el/la vendedor/a ofrece en palabras lo cumpla con la entrega del producto o servicio.
- **Disposición:** Es ayudar a los/as clientes/as a escoger el producto, proporcionándoles una asesoría para que se sienta satisfechos/as.
- **Cualidades del personal:** Los/as vendedores/as deben demostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza.
- **Empatía:** Los/as vendedores/as deben conocer al cliente/la clienta, entender sus necesidades y mantener con él/ella una comunicación positiva y permanente.

## 1.2 LA IMPORTANCIA DE SABER MIRAR, ESCUCHAR Y PREGUNTAR AL CLIENTE

MIRE	ESCUCHE	PREGUNTE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando usted atiende a alguien, evite desviar la mirada de su oyente.</li> <li>• Si sus ojos se distraen, su mente también lo hará.</li> <li>• Evite distracciones y utilice sus ojos y oídos para concentrar su atención.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nunca se debe interrumpir a un/a cliente mientras habla.</li> <li>• Espere hasta que haya terminado de hablar, para ayudarlo.</li> <li>• Recuerde que cuando el cliente/ la clienta está hablando, también está comprando.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando usted hace preguntas bien pensadas, asegura al cliente/ la clienta con quien habla que usted es capaz de analizar y manejar la tarea asignada.</li> </ul>

## RECUERDA:

Darte la oportunidad de escuchar, mirar y saber interpretar a los/as clientes/as son las herramientas más útiles. Escuchar y darles lo que necesitan genera satisfacción y esto se traduce en clientes/as fieles.

### 1.3 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE/ LA CLIENTA

En la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la COMUNICACIÓN, pues es la base de las buenas relaciones con el cliente/ la clienta, ésta consiste en: la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal.

En la comunicación con el cliente/ la clienta debemos prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.

#### 1.3.1 Comunicación verbal

La comunicación verbal utiliza palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje, ésta debe ser coherente con la “vía oral”.

##### Aspectos que debe cuidar:

Chillona	Denota descortesía
Quebradiza	Denota tristeza
Serena	Denota seguridad y comprensión
Fuerte	Denota autoridad

- **El volumen o intensidad de la voz:** Al gritar se producen sonidos muy desagradables. Cuando la intensidad de la voz disminuye, el ambiente se hace confidencial. Nunca se hablará en voz demasiado alta.
- **El acento:** Ha de utilizarse para pronunciar con claridad.
- **El tono y la entonación:** No es conveniente mantener el mismo tono en la conversación, cada momento requiere cierta entonación predominante.
- **El uso del lenguaje:** No es conveniente utilizar tecnicismos o vulgarismos con el cliente/ la clienta. Utilizando el lenguaje correctamente, hemos de adaptarnos a su vocabulario y colocarnos a su nivel.
- **Saber escuchar:** Escuchar no consiste simplemente en callarse y oír. Una escucha eficaz es un medio para establecer el clima de confianza entre el cliente/ la clienta y el vendedor/ la vendedora.

### 1.3.2 Comunicación no verbal

Este tipo de comunicación llamado “lenguaje corporal”, se produce en situación cara a cara, ya que la comunicación es a partir de los gestos que expresan emociones y sentimientos.

Los mensajes no verbales pueden cumplir varias funciones:

- Reemplazar las palabras.
- Repetir lo que se dice (adiós con palabras y adiós con la mano).

#### RECUERDA:

La comunicación no verbal nos permite expresarnos positivamente con nuestros gestos y posturas.

### Aspectos que debe cuidar:

- **Expresión facial:** Para el/la vendedor/a es conveniente conservar la sonrisa, pues demuestra acuerdo y entendimiento con quienes la intercambian.
- **Contacto ocular:** La mirada puede abrir o cerrar los canales comunicativos. Es una señal de comunicación, mientras que una mirada directa, pero no insistente, ni fija, puede ser un gran apoyo en la situación de comunicación con el/la cliente/a.
- **Gestos y movimientos con el cuerpo:** De todas las partes del cuerpo las manos son las que más amplían la expresividad del rostro, ya que a veces contribuyen a esclarecer en mensaje verbal poco claro.

Lo positivo	Lo negativo
Las manos abiertas indican aceptación.	Las manos cerradas indican rechazo o nerviosismo
	Los brazos cruzados, pueden indicar superioridad, indiferencia.
	Si se mueve mucho, actitud de nerviosismo.

- **Postura corporal:** Refleja actitudes sobre uno mismo y su relación con los/as demás.

Lo positivo	Lo negativo
Estar de pie cuando se recibe a una persona indica buena disposición.	Estar de perfil o de espaldas, indica rechazo.

## ACTIVIDAD PARA TRABAJAR EN CLASE

### Reconociendo la comunicación verbal y no verbal

Con la participación de todos/as, realizar una dramatización de acuerdo a los aspectos que debe cuidar el/la vendedor/a. Donde cada personaje tendrá que escoger un tipo de aspecto, que los/as demás compañeros/as deben reconocer. Además debe existir un/a vendedor/a y comprador/a en cada actuación.

### PARA TRABAJAR CON EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Según sus criterios porque se debe vender utilizando los dos tipos de comunicación

---

---

---

---

---

¿Qué tipo de comunicación utilizarías para atender a los/as clientes/as? y ¿Por qué?

---

---

---

---

---



## UNIDAD 2: CALIDAD Y PROCESOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

## UNIDAD 2

### CALIDAD Y PROCESOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

Considera los siguientes elementos fundamentales, al hacer un seguimiento de los procesos de atención al cliente.

Elementos:

- o Determinación de las necesidades del cliente.
- o Evaluación de servicio de calidad.
- o Análisis de recompensas y motivación.

#### 2.1 LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR/ DE LA CONSUMIDORA

Preguntarse como emprendedor/a lo siguiente:

2.1.1 ¿Quiénes son mis clientes/as?: Determinar con qué tipos de personas va a tratar en la empresa.

2.1.2 Tipos de clientes/as y cómo tratarlos

Tipos de clientes/as	Características	Como tratarlo
El/la cliente/a discutidor/a	Son agresivos/as por naturaleza y seguramente no estarán de acuerdo por cada cosa que digamos.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Solicitarle su opinión.</li><li>• Hablar suavemente pero firme.</li><li>• Concentrar la conversación en los puntos en que se está de acuerdo.</li></ul>

Tipos de clientes/as	Características	Como tratarlo
El/la cliente/a enojado/a	No hay que negar su enojo. Evitar decirle, “No hay motivo para enojarse”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No ponerse a la defensiva.</li> <li>• Calmar el enojo.</li> <li>• No hay que prometer lo que no se puede cumplir.</li> <li>• Hay que ser solidario.</li> <li>• Negociar una solución.</li> </ul>
El/la cliente/a conversador/a	Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay que tratar de sacárselo de encima.</li> <li>• Se debe demostrar interés y tener un poco de paciencia.</li> </ul>
El/la cliente/a ofensivo/a	Cuando tenemos una persona ofensiva delante es muy fácil volverse “irónico” ¡NO LO HAGA!	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lo mejor es ser: Amable, excepcionalmente amable.</li> </ul>
El/la cliente/a infeliz	Entran en un negocio y hacen esta afirmación: “Estoy seguro que no tienen lo que busco”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay que intentar cambiarlos.</li> <li>• Se debe procurar de mejorar la situación.</li> <li>• Mostrarse amable y comprensivo.</li> <li>• Tratar de colaborar y satisfacer lo que están buscando.</li> </ul>

Tipos de clientes/as	Características	Como tratarlo
El/la cliente/a que siempre se queja	No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay que asumir que es parte de su personalidad.</li> <li>• Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas.</li> </ul>
El/la cliente/a exigente	Es el que interrumpe y pide atención inmediata.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.</li> </ul>
El/la cliente/a coqueteador/a	Las insinuaciones, comentarios que realiza pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe mantener una actitud calmada, ubicada y profesionalismo en todo momento.</li> <li>• Ayudarles a encontrar lo que buscan y así se van lo más rápido posible.</li> </ul>
El/la cliente/a que no habla y el/la cliente/a indeciso/a	Es callado/a y no menciona al/la vendedor/a lo que quiere comprar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay que tener paciencia y ayudarlos.</li> <li>• Sugerirles alternativas y colaborar en la decisión de compra</li> </ul>

2.1.3 ¿Qué buscarán las personas -clientes- con las que trato? Tratan de determinar las necesidades que motivan la búsqueda de un producto o servicios, para lo cual buscan satisfacción con el producto y atención.

### ACTIVIDAD PARA TRABAJAR EN CLASE

#### Juego de roles (vendedores/as y compradores/as)

El/la maestro/a debe escoger a un/a estudiante o varios para que realicen el papel de vendedor/es y vendedora/s y un conjunto de clientes/as que simulen que van a comprar un determinado productos. Los/as compradores/as deben dramatizar los tipos de clientes/as y los vendedor/es y vendedora/s deben saber cómo tratarlos.

#### PARA TRABAJAR CON EL EQUIPO EMPRENDEDOR

Postivo	Negativo

¿Por qué es importante conocer a los/as clientes/as?

---

---

---

---

## 2.2 EVALUACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE ATENCIÓN

Tiene que ver con la parte de atención del cliente. A continuación se presentan algunas reglas importantes para la persona que atiende:

- o Mostrar atención.
- o Tener una presentación adecuada.
- o Atención personal y amable.
- o Tener a mano la información adecuada.
- o Expresión corporal y oral adecuada.

### RECUERDA:

“El trato personalizado, es la mejor manera de amarrar y fidelizar clientes/as”.

### ACTIVIDAD PARA TRABAJAR EN CLASE

#### Vender efectivamente

El/la profesor/a debe escoger a tres vendedores/as y tres compradores/as. A los/as vendedores/as debe proporcionarles un producto y ellos/as deben demostrar al/la comprador/a algunas de las reglas de atención al cliente.

## PARA TRABAJAR CON EL EQUIPO EMPRENDEDOR

¿Identifica qué reglas de atención al cliente utilizaron tus compañeros/as y explica por qué son importantes?

Reglas utilizadas	Por qué son importantes

### 2.3. MOTIVACIÓN Y RECOMPENSAS

Si tiene empleados/as en su negocio, mantenerlos motivados es fundamental en la atención al cliente. El ánimo, la disposición de atención y las competencias nacen de dos factores fundamentales:

- 1. Valoración del trabajo:** Hay que saber valorar el trabajo realizado por cada vendedor/a.
  - **Instrumentos:** Puede ser una remuneración monetaria adicional, sistemas de bonos o comisiones.
  - **Ejemplo:** Si se vende una cantidad extra de productos, se le entregará al/la vendedor/a un dinero extra como comisiones, a parte de su sueldo.
- 2. Motivación:** Se deben mantener motivadas a las personas que ejercen la atención al cliente.
  - **Instrumentos:** Incentivos en el negocio, condiciones laborales mejores, talleres de motivación, integración, dinámicas de participación etc.
  - **Ejemplo:** Realizar reuniones de integración donde los/as trabajadores/as participen en las actividades que les interesa.





## UNIDAD 3: PASOS PARA UNA EXCELENTE ATENCIÓN AL CLIENTE

## UNIDAD 3

### PASOS PARA UNA EXCELENTE ATENCIÓN AL/LA CLIENTE

Debes tener en cuenta los siguientes puntos:

**1** Mostrar atención; para que un negocio funcione debidamente lo primero a realizar en el momento que ingresa un/a cliente/a es demostrarle que para usted es una persona importante.

Caso 1: Usted va a comprar zapatos para su hijo, y sabe que existen varios comercios en la ciudad que se dedican a la venta de zapatos para niños/as y decide entrar a una tienda en cuyas vitrinas hay modelos muy interesantes. Al entrar, usted recorre la tienda sin que nadie lo atienda, ¿qué haría?

Se retira de la tienda y busca los zapatos en otra

Se acerca hasta donde los/as vendedores/as y pregunta

Usualmente lo que el/la cliente/a busca al entrar a un negocio es ser recibido/a con un saludo o un “Siga en que puedo ayudarlo” y al momento de recorrer la tienda escuchar “Venga le muestro lo que tenemos”.

**2** Tener una presentación adecuada; un/a cliente/a es muy observador/a y para nada le gustan que el/la vendedor/a descuide su imagen.

Caso 2: Si Usted va a comprar unas libras de pollo para el almuerzo y en la tienda, la vendedora esta desarreglada y al venderle el pollo este tiene algunas plumas y se lo entregan en una funda que se ve poco limpia ¿Usted qué haría?:

Volvería a comprar en el mismo lugar

Busca una nueva tienda donde comprar pollo

Los/as clientes/as siempre esperan que la persona que los atienda se vea bien y que el producto esté bien presentado y se vea “nuevo”, “elegante” o “cuidado”.

**3** Atención personal y amable; El/la cliente/a es su publicidad gratuita, si es atendido de forma cordial; este dirá a todos/as lo bien que fue recibido en su negocio y es más probable no solo que regrese sino que traiga a más clientes.

**Caso 3:** Si Usted va a realizar sus compras a la tienda de la esquina y lo atienden después de un buen tiempo y de mala gana diciendo frases como “que va a llevar” o “son ocho dólares y no tengo suelto”, usted ¿qué diría acerca de cómo lo atendieron?

Que no saben tratar al/la cliente/a y que no volverá

Que es normal que lo atiendan así

Los/as clientes/as siempre van por ahí diciendo como lo trajeron por ello es importante que usted lo atienda de forma amable, respetuosa y se despida con una frase como: “fue un placer atenderle, pase bien, que regrese pronto”

## **PARA TRABAJAR CON EL EQUIPO EMPRENDEDOR**

Comenta un caso acerca de una empresa local que practique algo negativo de cualquier punto antes mencionado.

---

---

---

---

---

¿Cómo los/as clientes/as ven a esa empresa?

---

---

---

---

---

¿Qué le aconsejería al/la dueño/a del negocio?

---

---

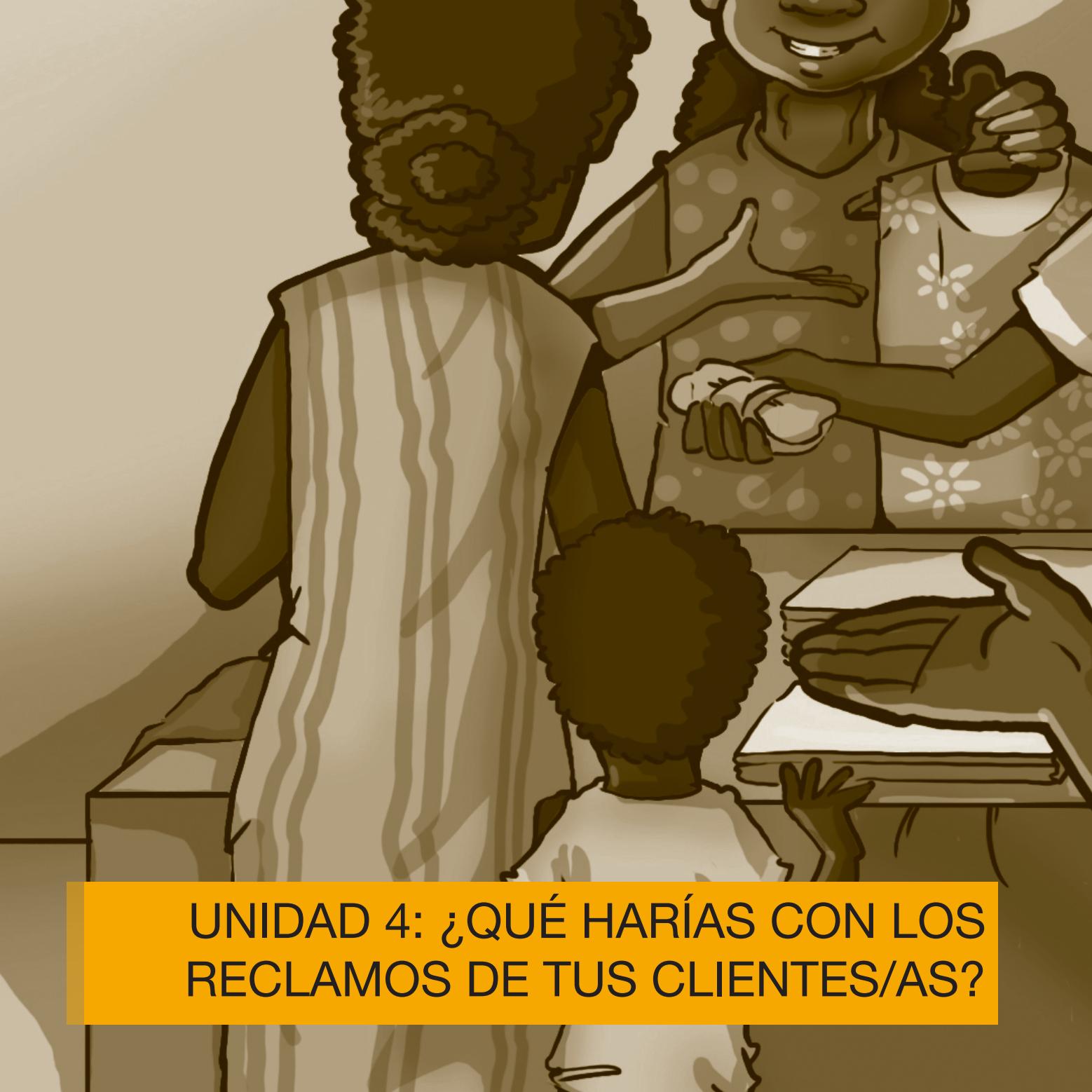
---

---

¿Qué debe hacer para ofrecer una excelente atención a los/as clientes/as y cómo debe hacerlo?  
Explíquelo:

Pasos para una excelente atención	¿Cómo debo hacerlo?





## UNIDAD 4: ¿QUÉ HARÍAS CON LOS RECLAMOS DE TUS CLIENTES/AS?

## UNIDAD 4

### ¿QUÉ HARÍAS CON LOS RECLAMOS DE TUS CLIENTES/AS?

Debemos tratar las reclamaciones aplicando los siguientes pasos:

#### 1 Escuchar atentamente

Dejar que el/la cliente/a exponga su punto de vista y los motivos que le inducen a quejarse.

#### 2 Respetar la opinión del/la cliente/a

Anotar en un papel todos los datos aportados por el/la cliente/a (en caso de ser necesario), mostrando interés por sus opiniones.

#### 3 Comprometerse

Si la reclamación tiene solución, comprometerse con el/la cliente/a indicándoles forma y fecha en que se solucionara el problema.

#### 4 Controlar

Realizar el seguimiento oportuno para que se solucione la reclamación, en caso de que no seamos nosotros directamente los encargados de hacerlo.

Lo más importante es NO buscar excusas

## **PARA TRABAJAR CON EL EQUIPO EMPRENDEDOR**

¿Si al vender un determinado producto, el/la cliente/a se queja qué harías?

---

---

---

---

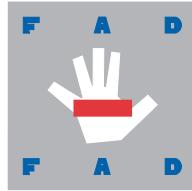
---

# Bibliografía

- Andrades, C. A. (2007). Curso de capacitación venta y atención al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.fundacionrutten.cl/Download/courses/Tecnicasdeventas.pdf>.
- Ideas para Pymes. (2011). ¿Cómo evalúa el cliente tu servicio?: la importancia de saber mirar y escuchar. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-atencion-clientes-servicios-comunicacion-mercadotecnia.html>.
- Junta de Andalucía. (s.f.). Calidad de servicio y atención al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>.
- MEJIA, M. C. (s.f.). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/libro/C%C3%B3mo%20mejorar%20el%20servicio%20al%20cliente.pdf>.
- PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA DEL PERÚ. (Octubre de 2010). Manual de buenas prácticas para la atención de clientes. Recuperado el Enero de 2013, de [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs\\_documentos\\_Caltur/MBP\\_atencion\\_cliente\\_dirigido\\_ge\\_ad\\_mm.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf).
- Toscano, M. A. (Septiembre de 2005). La atención al cliente. Recuperado el Enero de 2013, de [http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion\\_cliente.pdf](http://portaldocomerciante.xunta.es/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf).

# Pälante

Centro Juvenil



AECID: [www.aecid.es](http://www.aecid.es)

FAD: [www.fad.es](http://www.fad.es)

**CEPAM:** Luis Cordero E6-11 y Reina Victoria, Edificio Gabriela Mistral, piso 1, Of. 102, Quito.  
Tel: 222 4994, email: [info@cepam.org.ec](mailto:info@cepam.org.ec)  
[www.cepam.org.ec](http://www.cepam.org.ec)