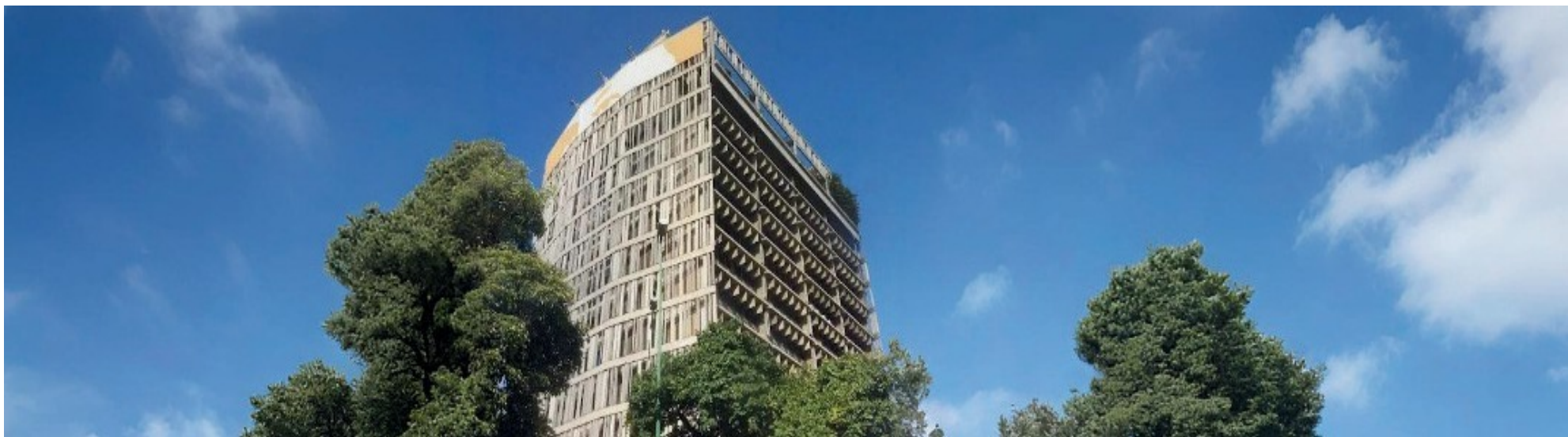




Ministerio del Poder Popular para el
TRABAJO



INSTITUTO NACIONAL DE CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN SOCIALISTA (INCES)
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (DEID)
GERENCIA GENERAL DE CURRÍCULO Y DIDÁCTICA (GGCD)



UNIDAD CURRICULAR: SERVICIO AL CLIENTE

CÓDIGO: UC3.0031.0521

TIPO DE UNIDAD CURRICULAR (UC): ESPECÍFICA /TÉCNICA.

TOTAL DE HORAS ACADÉMICAS: 40 HORAS

Caracas, enero 2025



Ministerio del Poder Popular para el
TRABAJO



INSTITUTO NACIONAL DE CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN SOCIALISTA (INCES)
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (DEID)
GERENCIA GENERAL DE CURRÍCULO Y DIDÁCTICA (GGCD)

Ministerio del Poder Popular para el Proceso Social de Trabajo (MPPPST)
Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES)

El Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES), es un organismo autónomo con personalidad jurídica y patrimonio propio, adscrito al Ministerio del Poder Popular para el Proceso Social de Trabajo (MPPPST), según Decreto N° 4.983, de fecha 28 de agosto de 2024, publicado en la Gaceta Oficial N° 42.951 de la misma fecha. Este Instituto fue creado por Ley el 22 de Agosto de 1959 y reglamentado por Decreto el 11 de Marzo de 1960 bajo la denominación de Instituto Nacional de Cooperación Educativa (INCE). En el año 2014, de acuerdo al Decreto N° 1.414 de fecha 13 de noviembre de 2014, publicado en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.155 de fecha 19 de Noviembre de 2014, se reforma la Ley del INCES, con la finalidad de reorganizarlo y adecuarlo a los intereses del país y al proceso de reconversión industrial, proceso que enmarca posteriormente su concepción y visión, dentro del ámbito de un socialismo abierto y participativo.

Aviso de Derechos de Autor

© Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES). Todos los derechos reservados.

La Unidad Curricular: **Servicio al cliente**, incluyendo su metodología, materiales educativos curriculares y didácticos, guías, videos y cualquier otro recurso de aprendizaje asociado, es propiedad exclusiva del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES). Todos los derechos están reservados y protegidos por la Ley sobre el Derecho de Autor de Venezuela de 1993.

La Unidad Curricular: **Servicio al cliente**, está destinada exclusivamente para uso institucional y sin fines de lucro en actividades académicas de formación, capacitación, actualización, nivelación, especialización, inducción y acreditación de conocimientos por experiencia en ejercicio, en conjunto con el Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES).

El Material Educativo Curricular (MEC) del INCES, está sujeto a las siguientes condiciones de uso para su democratización y despliegue

1. *La reproducción total o parcial del Material Educativo Curricular (MEC), debe reconocer explícitamente los derechos del autor.*
2. *La distribución del Material Educativo Curricular (MEC), es gratuita y solo está permitida a través de los canales oficiales de la institución.*
3. *Las modificaciones deben ser canalizadas a través de la Gerencia General de Currículo y Didáctica o sus dependencias en las Gerencias Regionales del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES).*
4. *Las adaptaciones curriculares solo se permitirán para contextualizar la formación y autoformación productiva sostenible a la población a ser atendida, sin alterar los criterios de calidad o el objeto principal de la misma.*

El incumplimiento de este aviso será sancionado de acuerdo con lo estipulado en la legislación venezolana vigente, referida a los Derechos de Autor.

Teléfono: +58 212 603 12 10

Correo electrónico: curriculo@inces.gob.ve

Dirección: Av. Nueva Granada con calle Chile, Edificio INCES.

Código Postal 1041, Caracas - Venezuela

FICHA RESUMEN DE LA UNIDAD CURRICULAR

Área de Conocimiento	Competencias personales y desarrollo	Área ocupacional	Competencias personales y desarrollo
Sub Área Ocupacional	Competencias personales y desarrollo	Código de la Unidad Curricular	UC3.0031.0521
Unidad Curricular	Servicio al cliente	Tipo de Unidad Curricular	Específica /Técnica.
Total horas de formación	40 horas	Modalidad de Formación y Autoformación Productiva	Presencial

Propósito clave de la Unidad Curricular

Formar profesionales capaces de brindar un servicio al cliente excepcional, desarrollando las habilidades y competencias necesarias para gestionar eficazmente las interacciones, resolver problemas y construir relaciones sólidas con los clientes, impulsando la lealtad y satisfacción.

Dirigido a	Nivel de dominio esperado
- Profesionales y personal de todos los niveles que interactúan directamente con clientes, ya sea de manera presencial, telefónica o digital. - Supervisores y gerentes de áreas de servicio al cliente que deseen mejorar el desempeño de sus equipos. - Emprendedores y dueños de negocios que buscan fortalecer la experiencia de sus clientes. - Estudiantes y personas interesadas en adquirir habilidades en servicio al cliente para su desarrollo profesional.	Nivel II. Desempeño Autónomo

Sinopsis (pertinencia)

La Unidad Curricular “Servicio al cliente” está orientada a desarrollar las competencias esenciales para brindar un servicio excepcional. A través de un enfoque práctico y dinámico, los participantes aprenderán a comunicarse de manera efectiva, comprender las necesidades de los clientes, gestionar situaciones difíciles y construir relaciones duraderas, impulsando la satisfacción y lealtad, técnicas de comunicación, gestión de quejas, resolución de problemas, herramientas de servicio al cliente, y estrategias para la mejora continua.

La Unidad Curricular está estructurada y organizada sistemáticamente en tres (3) ejes temáticos: 1. Fundamentos del servicio al cliente. 2. Actitud y mentalidad de servicio al cliente. 3. Gestión para mejorar la experiencia en el servicio al cliente. Cuyos contenidos han sido diseñados por logros, es decir, competencias de lo más simple a lo más complejo. Por medio de este método, se propicia la oportunidad de aprender nuevas ocupaciones, de acuerdo a las posibilidades del participante. En este sentido, es importante resaltar que un gran porcentaje del éxito de esta formación dependerá del interés, las prácticas y la auto disciplina del participante.

Ejes transversales de la formación y autoformación, colectiva, integral y permanente	Perfil del facilitadora (o)
• Valores éticos. • Trabajo productivo, cooperativo y liberador.	• Profesionales en áreas relacionadas con Administración, Marketing, Comunicación, Psicología, Recursos Humanos o carreras afines. • Profesionales con Posgrado o especialización en áreas de servicio al cliente, ventas, gestión de la experiencia del cliente. • Profesional con experiencia demostrable en el área de servicio al cliente y/o ventas. • Experiencia docente comprobada de tres (3) años.
Perfil genérico de ingreso del participante	Consideraciones del perfil genérico de ingreso del participante (si la hubiere)
• Deseable (no excluyente) Nivel educativo medio superior o equivalente. • Interés por desarrollar habilidades en atención al cliente. • Disposición para participar activamente en las actividades formativas. • Apertura al aprendizaje y la retroalimentación.	• Se requiere el dominio de la lecto-escritura y la capacidad para comunicarse oralmente. • No se requiere experiencia previa en servicio al cliente. • Se valorará la actitud positiva y proactiva de los participantes.
Perfil de egreso de la Unidad Curricular (Competencia General)	
Gestiona la atención al cliente aplicando estrategias y técnicas de comunicación efectiva en la construcción de relaciones sólidas que generen confianza, lealtad y contribuyan a la mejora continua del servicio, implementando acciones basadas en la satisfacción del cliente que impulsen el éxito de la organización.	

Mapa de Aprendizaje (Programa de Estudio)		
Unidad Curricular	Tipo de Unidad Curricular	Código de la Unidad Curricular
Servicio al cliente.	Específica /Técnica.	UC3.0031.0521

1. Realización o logro del participante					Horas Teórico/Práctico
Aplica los principios de servicio, demostrando una comprensión centrada en el cliente al integrar la cultura de servicio y la comunicación efectiva en las interacciones dentro de la organización.					06/06
Ejes Temáticos (Unidades de Aprendizaje)	Criterios de Desempeño	Evidencias de Desempeño			Lapso de Ejecución
		Observación Directa	Producto	Conocimiento y Comprensión	
1. FUNDAMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE. 1.1. El cliente como centro de la organización. 1.2. Cultura de servicio al cliente. 1.3. Comunicación efectiva en el servicio al cliente.	1.a. El servicio al cliente se define considerando su importancia para la organización.	- Argumenta con ejemplos la importancia del servicio al cliente para la organización.	- Mapa conceptual del servicio al cliente, importancia e impacto en la organización.	- Concepto de servicio al cliente, importancia.	2
	1.b. Los tipos de clientes se clasifican de acuerdo a sus características y necesidades específicas.	- Participa activamente en simulaciones y juegos de roles. - Demuestra los principios del servicio de calidad en interacciones de servicio al cliente simuladas.	- Mapa mental de los tipos de clientes, clasificación y características.	- El cliente y su impacto en la organización. - Tipos de clientes, clasificación, características.	2
	1.c. Los principios clave del servicio se aplican en interacciones con clientes, demostrando empatía, transparencia y proactividad.	- Se comunica de manera clara, utilizando un lenguaje verbal y no verbal adecuado.	- Análisis de un estudio de caso que refleje los principios clave del servicio de calidad y la comunicación verbal y no verbal efectiva en situaciones de clientes.	- Define los tipos de clientes. - Identifica los tipos de clientes.	2
	1.d. La comunicación verbal y no verbal se utiliza de forma efectiva al interactuar con los clientes.	- Escucha con atención, parafrasea y responde de manera empática a las necesidades y preocupaciones del cliente.		- Clasifica los tipos de cliente.	3
	1.e. La escucha activa y empatía se demuestran al interactuar con los clientes, mostrando comprensión y respeto.	- Comunicación verbal y no verbal. - Escucha activa y empatía en el servicio al cliente.		- Principios clave del servicio de calidad. (Empatía, transparencia, proactividad, profesionalismo...)	3
Total Horas					12 horas

Estrategias Metodológicas, Didácticas y Pedagógicas		
Estrategias de Enseñanza	Medios Instruccionales	Técnicas Instruccionales
Inicio: - Actividad generadora de información previa. - Esquemas y mapas: Mapa conceptual. Desarrollo: - Análisis de producciones escritas y orales. - Esquemas y mapas: Mapa mental. Cierre: - Análisis de producciones escritas y orales. - Aprendizaje basado en problemas (ABP)	Recursos y medios instruccionales: - Impresos (textos): libros, fotocopias. - Pizarra o rotafolio - Proyector multimedia - Computadora o laptop - Materiales visuales: Imágenes fijas proyectables. - Presentaciones e imágenes (OpenOffice, Power Point). Recursos educativos digitales: - Libro PDF. https://fad.es/wp-content/uploads/2019/05/Manual-de-atenci%C3%B3n-al-Cliente . - Libro PDF. https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente . - Video ¿ Atención o servicio al cliente? https://youtu.be/3vdGreF7pwM	- Discusiones guiadas - Exposición. - Asignación de tareas - Ensayo conductual.
Estrategias de aprendizaje		
1) Cognitivas.	El mapa conceptual, será empleado como estrategia al inicio de la clase para indagar los conocimientos previos de los participantes y potenciar la organización de la información nueva por aprender en cuanto al servicio al cliente, su importancia y su impacto en la organización, al requerir la identificación de las ideas claves, establecer jerarquías entre ellas y explicitar las relaciones a través de conectores, permitiendo al participante organizar activamente el conocimiento en su estructura mental.	
2) Metacognitivas.	El mapa mental, se empleará como herramienta metacognitiva, para evaluar los tipos de clientes, su clasificación y características, su construcción exige que el participante reflexione conscientemente sobre cómo organiza, conecta y comprende la información, al visualizar las relaciones y rasgos distintivos, puede evaluar su propio proceso de aprendizaje, identificando áreas de incertidumbre y reforzando su comprensión.	
3) Estrategia de regulación de recursos:	Se establecerán grupos de trabajo para realizar el análisis de un caso de estudio, para evaluar la aplicación de los principios clave del servicio de calidad y la comunicación efectiva (verbal y no verbal) en situaciones reales con clientes, donde el participante no solo reconocerá los principios teóricos, también analizará cómo estos se materializan o se incumplen en la práctica, evaluando la congruencia entre la teoría y la acción, permitiendo regular el uso de los recursos cognitivos, fortaleciendo la habilidad de aplicar el conocimiento en la toma de decisiones y mejorar la efectividad del servicio en contextos reales.	
4) Motivacionales:	Para potenciar la motivación en el aprendizaje de los fundamentos del servicio al cliente, se emplearán estrategias centradas en la relevancia y la autonomía, se demostrará la aplicabilidad directa del contenido mediante estudios de caso reales y simulaciones interactivas, donde los participantes experimenten el impacto de un buen (o mal) servicio al cliente en el éxito empresarial, se fomentará su autonomía ofreciendo opciones de tareas con clientes y organizaciones a analizar, e incluso proponer sus propias soluciones a problemas comunes de servicio, impulsando un aprendizaje más significativo.	

Guía de Evaluación			
Evaluación según su propósito	Técnicas e instrumento	Formas de participación	Ubicación temporal de la evaluación
Tema 1. FUNDAMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE.			
Diagnóstica	a.- Procedimiento: Se empleará un mapa conceptual, como estrategia al inicio de la clase para indagar los conocimientos previos de los participantes y potenciar la organización de la información nueva por aprender en cuanto al servicio al cliente, su importancia y su impacto en la organización. b.- Técnica: Esquemas y mapas. c.- Instrumento: Lista de cotejo	Heteroevaluación.	Inicio
Formativa	a.- Procedimiento: El mapa mental, se empleará como herramienta metacognitiva, para evaluar los tipos de clientes, su clasificación y características, su construcción exige que el participante reflexione conscientemente sobre su propio proceso de aprendizaje. b.- Técnica: Análisis de producciones escritas y orales/aprendizaje basado en problemas (ABP) c.- Instrumento: Lista de cotejo.	Coevaluación	Desarrollo
Sumativa	a.- Procedimiento: Se establecerán grupos de trabajo para realizar el análisis de un caso de estudio, para evaluar la aplicación de los principios clave del servicio de calidad y la comunicación efectiva (verbal y no verbal) en situaciones reales con clientes. b.- Técnica: Análisis de producciones escritas y orales/aprendizaje basado en problemas (ABP) c.- Instrumento: Escala numérica.	Autoevaluación/ Heteroevaluación	Cierre
Evidencia de aprendizaje	Aplica los principios de servicio, demostrando una comprensión centrada en el cliente al integrar la cultura de servicio y la comunicación efectiva en las interacciones dentro de la organización.		

Mapa de Aprendizaje (Programa de Estudios)

Unidad Curricular	Tipo de Unidad Curricular	Código de la Unidad Curricular
Servicio al cliente	Específica /Técnica.	UC3.0031.0521

2. Realización o logro del participante	Horas Teórico/Práctico
Implementa estrategias de servicio al cliente demostrando una mentalidad de servicio proactiva al utilizar diferentes canales de atención e indagar con técnicas efectivas para identificar y satisfacer las necesidades del cliente.	06/06

Ejes Temáticos (Unidades de Aprendizaje)	Criterios de Desempeño	Evidencias de Desempeño			Lapso de Ejecución
		Observación Directa	Producto	Conocimiento y Comprensión	
2. ACTITUD Y MENTALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE. 2.1. Canales de atención al cliente. 2.2. Técnicas de indagación y necesidades del cliente. 2.3. Mentalidad de servicio al cliente.	2.a. Los tipos de canales de atención al cliente se utilizan, aplicando técnicas de indagación de necesidades del cliente de forma efectiva.	- Elige el canal adecuado para atender al cliente. - Utiliza preguntas efectivas para identificar necesidades.	- Mapa conceptual sobre los canales de atención y las técnicas de indagación de necesidades del cliente.	- Tipos de canales de atención al cliente (Presencial, telefónico, chat, email, redes sociales). - tipos de técnicas de indagación.	2
	2.b. La actitud de servicio se demuestra con profesionalismo considerando su importancia en la satisfacción del cliente.	- Define la actitud de servicio con sus propias palabras. - Muestra profesionalismo en su interacción con el cliente.	- Ensayo sobre la actitud de servicio, su importancia y profesionalismo en el servicio al cliente.	- Necesidades del cliente, clasificación. - Definición de la actitud de servicio.	2
	2.c. Los pasos para atender al cliente se siguen en forma efectiva, desde el saludo hasta el cierre de la interacción.	- Aplica los principios de la actitud de servicio en diferentes situaciones.	- un caso práctico, demostrando los pasos para atender al cliente y la actitud de servicio.	- Factores que influyen en la actitud de servicio.	4
	2.d. Los factores que influyen en la actitud de servicio al cliente, se identifican utilizando técnicas de indagación y necesidades.	- Sigue los pasos de una atención efectiva. - Identifica los factores que afectan su actitud y la del cliente.		- Importancia del la actitud y profesionalismo en el servicio al cliente.	4
Total Horas					12 horas

Estrategias Metodológicas, Didácticas y Pedagógicas		
Estrategias de Enseñanza	Medios Instruccionales	Técnicas Instruccionales
Inicio: - Actividad generadora de información previa. - Esquemas y mapas: Mapa conceptual. Desarrollo: - Análisis de producciones escritas y orales. Cierre: - Aprendizaje basado en problemas (ABP).	Recursos y medios instruccionales - Impresos (textos): libros, fotocopias. - Tableros didácticos: pizarra - Materiales visuales: Imágenes fijas proyectables. - Presentaciones e imágenes (Open Office, Power Point). Recursos educativos digitales. - LibroPDF. https://www.academia.edu/35729390/Gestion_de_la_Proseccion_de_Oportunidades_de_Negocio - Libro PDF. https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente . - Video actitud en el servicio al cliente. https://youtu.be/mlIMmWPa0SE	- Discusiones guiadas - Análisis escrito - Exposición. - Asignación de tareas - Ensayo conductual.
Estrategias de aprendizaje		
1) Cognitivas.	El mapa conceptual se empleará como estrategia al inicio de la clase, para evaluar la comprensión de los tipos de canales de atención al cliente y las técnicas de indagación de necesidades, ya que exige la organización jerárquica y la interconexión lógica de los conceptos clave, permitiendo a los participantes demostrar su conocimiento sobre cada canal (chat, teléfono, redes sociales, etc.), las técnica de indagación de necesidades, y su capacidad para relacionarlos entre sí a fin de comprender las necesidades del cliente.	
2) Metacognitivas.	El ensayo será empleado para evaluar la comprensión sobre la actitud de servicio y el impacto del profesionalismo en la atención al cliente, ya que impulsa a los participantes a una profunda reflexión personal, analizar y argumentar, desde su propia perspectiva, cómo influyen los valores, las creencias y las experiencias individuales en la manera de interactuar con los clientes. A través del ensayo, los participantes pueden evidenciar su comprensión de la empatía, la resiliencia, la comunicación efectiva y la proactividad, este proceso de auto análisis y justificación promueve una mayor conciencia de sí mismos y de su impacto potencial en la experiencia del cliente, fomentando un compromiso genuino con la excelencia en el servicio.	
3) Estrategia de regulación de recursos:	Se establecerán grupos de trabajo para desarrollar un caso práctico, como estrategia para evaluar los pasos para atender al cliente y la comprensión de los factores que influyen en la actitud de servicio, la toma de decisiones estratégicas y la gestión de los recursos disponibles (información, tiempo, empatía) en un contexto simulado pero realista. Al analizar el caso, los participantes deben identificar la situación, aplicar los pasos adecuados para la atención al cliente, considerando los factores que afectan la actitud de servicio y adaptar su respuesta a las particularidades del cliente y del contexto, mostrando una autorregulación efectiva en la gestión de la situación y la optimización de los recursos.	
4) Motivacionales:	Para cultivar una actitud y mentalidad de servicio al cliente autentica y duradera se emplearán estrategias motivacionales que conecten con el propósito personal y el impacto positivo, se utilizarán historias inspiradoras de profesionales del servicio que han marcado la diferencia en la vida de los clientes, demostrando el valor humano y la recompensa emocional del buen servicio, ejercicios prácticos donde los participantes simulen una situación desafiante, creando una base sólida para una actitud de servicio proactiva y motivada experimentando las emociones positivas asociadas con la resolución exitosa de problemas.	

Guía de Evaluación			
Evaluación según su propósito	Técnicas e instrumento	Formas de participación	Ubicación temporal de la evaluación
Tema 2. ACTITUD Y MENTALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE.			
<i>Diagnóstica</i>	a.- Procedimiento: El mapa conceptual se empleará como al inicio de la clase, para evaluar la comprensión de los tipos de canales de atención al cliente y las técnicas de indagación de necesidades. b.- Técnica: Esquemas y mapas c.- Instrumento: Lista de cotejo	Heteroevaluación.	Inicio
<i>Formativa</i>	a.- Procedimiento: Se establecerán grupos de trabajo para elaborar un ensayo sobre la actitud de servicio y el impacto del profesionalismo en la atención al cliente, analizar y argumentar, desde su propia perspectiva, cómo influyen los valores, las creencias y las experiencias individuales en la manera de interactuar con los clientes. b.- Técnica: Análisis de producciones escritas y orales. c.- Instrumento: Lista de cotejo.	Coevaluación	Desarrollo
<i>Sumativa</i>	a.- Procedimiento: Se establecerán grupos de trabajo para desarrollar un caso práctico, como estrategia para evaluar los pasos para atender al cliente y la comprensión de los factores que influyen en la actitud de servicio, la toma de decisiones estratégicas y la gestión de los recursos disponibles. b.- Técnica: Aprendizaje basado en problemas (ABP): Asignación de tareas. c.- Instrumento: Escala numérica.	Autoevaluación/ Heteroevaluación	Cierre
Evidencia de aprendizaje	Implementa estrategias de servicio al cliente demostrando una mentalidad de servicio proactiva al utilizar diferentes canales de atención e indagar con técnicas efectivas para identificar y satisfacer las necesidades del cliente.		

Mapa de Aprendizaje (Programa de Estudio)

Unidad Curricular	Tipo de Unidad Curricular	Código de la Unidad Curricular
Servicio al cliente	Específica /Técnica.	UC3.0031.0521

3. Realización o logro del participante					Horas Teórico/Práctico
Gestiona acciones para mejorar el servicio mediante estrategias que permitan construir relaciones duraderas con los clientes, convirtiéndolos en promotores de la organización.					6/10
Ejes Temáticos (Unidades de Aprendizaje)	Criterios de Desempeño	Evidencias de Desempeño			Lapso de Ejecución
		Observación Directa	Producto	Conocimiento y Comprensión	
3.- GESTIÓN PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE. 3.1. Gestión de quejas y reclamos. 3.2. Herramientas para la medición de la satisfacción del cliente. 3.3. Estrategias clave para mejorar el servicio al cliente.	3.a. Las quejas y reclamos de los cliente se gestionan aplicando técnicas efectivas en simulaciones de situaciones difíciles.	- Participa activamente en simulaciones de manejo de quejas y reclamos. - Utiliza herramientas de medición siguiendo el procedimiento técnico.	- Plan de acción para gestionar quejas y reclamos de los clientes. - Informe de análisis de resultado de una encuesta, como herramienta de medición para la satisfacción al cliente.	- Técnicas para gestionar quejas y reclamos de los clientes. - Herramientas para la medición de la satisfacción del cliente.	5
	3.b. Las herramientas de medición para la satisfacción del cliente se utilizan siguiendo el procedimiento técnico.	- Aplica estrategias para mejorar el servicio al cliente. - Propone acciones de mejoras pertinentes, basadas en análisis de información.	- Propuesta de un plan para mejorar el servicio al cliente.	-Procedimiento para el manejo de las herramientas de medición de la satisfacción del cliente. - Tipos de estrategias para mejorar el servicio al cliente.	5
	3.c. Los tipos de estrategias para mejorar el servicio, se aplican basadas en el análisis de información de satisfacción al cliente.				6
Total Horas					16 horas

Estrategias Metodológicas, Didácticas y Pedagógicas		
Estrategias de Enseñanza	Medios Instruccionales	Técnicas Instruccionales
Inicio Aprendizaje basado en problemas (ABP) Análisis de producciones escritas y orales Desarrollo Aprendizaje basado en problemas (ABP) Análisis de producciones escritas y orales Cierre Aprendizaje basado en problemas (ABP)	Recursos y medios instruccionales - Impresos (textos): libros, fotocopias. - Tableros didácticos: pizarra - Materiales visuales: Imágenes fijas proyectables. - Presentaciones e imágenes (Open Office, Power Point). Recursos educativos digitales. -LibroPDF. https://www.academia.edu/35729390/Gestion_de_la_Prospeccion_de_Oportunidades_de_Negocio -Libro PDF. https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente . -Video La importancia de gestionar la experiencia del cliente. https://youtu.be/VwFQq1Am3Oc	- Discusiones guiadas - Asignación de tareas. - Exposición - Ensayo conductual.
Estrategias de aprendizaje		
1) Cognitivas.	El plan de acción se empleará para evaluar la gestión de quejas y reclamos, la capacidad del participante para aplicar conocimientos, analizar situaciones complejas y tomar decisiones bajo presión, habilidades cognitivas esenciales en la resolución efectiva de problemas, fomentando el pensamiento crítico al requerir el diagnóstico de la causa raíz de la queja, la generación de soluciones creativas y la anticipación de las consecuencias de cada acción, permite identificar lagunas en el conocimiento, reforzar conceptos clave y promover un aprendizaje profundo y significativo, preparando al participante para afrontar con confianza y eficacia los desafíos del mundo real en la gestión de quejas y reclamos.	
2) Metacognitivas.	El informe de análisis de resultados de una encuesta se empleará como estrategia para evaluar las herramientas de medición de la satisfacción del cliente, ya que no solo muestra los datos recopilados, sino que también impulsa a los participantes a reflexionar sobre el proceso mismo de evaluación. Al analizar los resultados, los participantes deben cuestionar la validez y fiabilidad de la encuesta. Esta reflexión metacognitiva permite a los participantes comprender cómo sus decisiones en el diseño y aplicación de la encuesta influyeron en los resultados, promoviendo una conciencia crítica sobre las fortalezas y debilidades de las herramientas de medición y fomentando la mejora continua en su aplicación para la satisfacción del cliente.	
3) Estrategia de regulación de recursos:	Se les asignarán a los participantes desarrollar una propuesta de un plan, para evaluar los tipos de estrategias para mejorar el servicio al cliente, porque exige que los participantes demuestren su capacidad para optimizar y coordinar los recursos disponibles hacia objetivos específicos. Al diseñar el plan, los participantes deben priorizar acciones, asignar recursos de manera eficiente y realista, y anticipar posibles obstáculos, considerando las limitaciones y oportunidades del entorno, maximizando el impacto positivo en la satisfacción del cliente a través de una gestión inteligente de los recursos.	
4) Motivacionales:	Para motivar el aprendizaje del eje temático “Gestión de la experiencia del cliente y mejora continua” las estrategias estarán enfocadas en la conexión con resultados tangibles y el empoderamiento creativo, la implementación de desafíos prácticos donde los participantes analizarán la experiencia del cliente de una empresa real (o simulada) y propondrán soluciones innovadoras para que puedan presentar y defender, promoviendo un sentido de propiedad y la creencia en su capacidad para generar un cambio significativo.	

Guía de Evaluación			
Evaluación según su propósito	Técnicas e instrumento	Formas de participación	Ubicación temporal de la evaluación
Tema 3. GESTIÓN PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE.			
Diagnóstica	a.- Procedimiento: El plan de acción se empleará para evaluar la gestión de quejas y reclamos, la capacidad del participante para aplicar conocimientos, analizar situaciones complejas y tomar decisiones bajo presión, habilidades cognitivas esenciales en la resolución efectiva de problemas. b.- Técnica: Aprendizajes basado en problemas (ABP)/Análisis de producciones escritas y orales c.- Instrumento: Lista de cotejo	Heteroevaluación.	Inicio
Formativa	a.- Procedimiento: Se establecerán grupos de trabajo para elaborar un informe de análisis de resultados de una encuesta como estrategia para evaluar las herramientas de medición de la satisfacción del cliente. b.- Técnica: Aprendizaje basado en problemas (ABP)/Análisis de producciones escritas y orales. c.- Instrumento: Lista de cotejo.	Coevaluación	Desarrollo
Sumativa	a.- Procedimiento: Se les asignarán a los participantes desarrollar una propuesta de un plan, para evaluar los tipos de estrategias para mejorar el servicio al cliente. b.- Técnica: Aprendizajes basados en problemas (ABP). c.- Instrumento: Escala numérica.	Autoevaluación/ Heteroevaluación	Cierre
Evidencia de aprendizaje	Gestiona acciones para mejorar el servicio, mediante estrategias que permitan construir relaciones duraderas con los clientes, convirtiéndolos en promotores de la organización.		

ECURSOS Y ESPACIOS DE FORMACIÓN Y AUTOFORMACIÓN PRODUCTIVA

Denominación de la Unidad Curricular		Modalidad de formación y autoformación productiva		Código de unidad curricular		Nº de participantes			
Servicio al cliente		Presencial		UC3.0031.0521		20			
DESCRIPCIÓN									
Materiales		Cantidad	Unidad de Medida	Especificaciones					
Hojas blanca tipo carta		1	Resma						
Lápices de grafito		2	Cajas						
Bolígrafos		2	Unidad						
Carpeta Manila		20	Unidad						
Marcadores permanentes de diferentes colores		20	Unidad						
Papel Bond		40	Unidad						
Equipos		Cantidad	Unidad de Medida	Especificaciones					
Proyector		1	Unidad						
Equipo Multimedia		1	Unidad						
Programas (software)/Aplicaciones		Cantidad	Unidad de Medida	Especificaciones					
Programas de Ofimática				Writer, doc, ppt, Impress					
Lector de PDF									
Aplicación para presentaciones multimedia				PPT, Canva, Genially, entre otros					
Reproductor de video									
Herramientas		Cantidad	Unidad de Medida	Especificaciones					
Pizarra acrílica		1	Unidad						
Borrador de pizarra acrílica		1	Unidad						
Equipos de Seguridad e Higiene		Cantidad	Unidad de Medida	Especificaciones					
Extintor de incendios		1	Unidad						
Kit de primeros auxilios									
Infraestructura requerida del espacio de formación y autoformación, productiva (aulas/talleres/entidades de trabajo)									
Características del espacio de formación y autoformación productiva		• Infraestructura Adecuada • Buena ventilación • Buena iluminación • Mobiliario adecuado							
Dimensiones del espacio físico (m²)		Acceso a Internet		Conexión de red		Audio		Video	
75 mtrs2		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
		X		X		X		X	

Mobiliario		Cantidad	Unidad de Medida	Especificaciones
Sillas		25	Unidad	
Mesas		25	Unidad	
Carteleras		1	Unidad	
Pizarra acrílica		1	Unidad	
Capacidad instalada del espacio (número)				
Mínima	Máxima			
12	25			
Saldo Productivo de la formación y autoformación productiva				
Evidencias de Producto (Resultado de Aprendizaje)			Campo de Aplicación	
Gestiona la atención al cliente aplicando estrategias y técnicas de comunicación efectiva en la construcción de relaciones sólidas que generen confianza, lealtad y contribuyan a la mejora continua del servicio, implementando acciones basadas en la satisfacción del cliente que impulsen el éxito de la organización.			➤ Comunidad organizada. ➤ C.F.S, unidades educativas. ➤ Entidades de trabajo públicas y privadas.	

OLECTIVO DE LA MESA DE EVALUACIÓN, CONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO CURRICULAR PERMANENTE				
Rol	Nro.	Nombre y Apellido	Dependencia / Unidad	Nivel de Formación
COORDINACIÓN GENERAL	01	Norilsa Méndez	Formación Profesional	Lcda. Contaduría
	02	Mariela Araguache	Unidad de Currículo y Didáctica	Msc. Gerencia Educativa
APOYO TÉCNICO (CONOCEDORES DEL ESTADO DEL ARTE)	03	Lismar Torres	Programa Formación en empresa	Lcda Administración de Personal.
	04	Mirian Peinero	Consilium Asesores de Bienestar	Dra, en Gerencia
SISTEMATIZACIÓN DE LA UNIDAD CURRICULAR	05	Mariela Araguache	Unidad de Currículo y Didáctica	Msc. Gerencia Educativa
	06	Cruz España	Unidad de Currículo y Didáctica	T.S.U. en Diseño Grafico

Nº	Tutor Nacional del Proyecto de Formación y Autoformación Productiva	Revisado por	Fecha de Revisión
1	Beatriz Sequera Meléndez	Liz Marcano	Enero, 2025

RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES

TEMA 1	IDENTIFIQUE LOS RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES
FUNDAMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE.	- Libro PDF. https://fad.es/wp-content/uploads/2019/05/Manual-de-atenci%C3%B3n-al-Cliente. - Libro PDF. https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente. - Video ¿ Atención o servicio al cliente? https://youtu.be/3vdGreF7pwM
TEMA 2	IDENTIFIQUE LOS RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES
ACTITUD Y MENTALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE.	- Libro PDF. https://www.academia.edu/35729390/Gestion_de_la_Proseccion_de_Oportunidades_de_Negocio - Libro PDF. https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente. - Video actitud en el servicio al cliente. https://youtu.be/mlIMmWPa0SE
TEMA 3	IDENTIFIQUE LOS RECURSOS EDUCATIVOS DIGITALES
GESTIÓN PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE.	- Libro PDF. https://www.academia.edu/35729390/Gesti%C3%B3n_de_la_Prosecci%C3%B3n_de_Oportunidades_de_Negocio - Libro PDF. https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf - Video La importancia de gestionar la experiencia del cliente. https://youtu.be/VwFQq1Am3Oc

REFERENCIAS RECOMENDADAS

- FAD - CEPAM. (2013). *Manual de Atención al Cliente*. Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer - CEPAM. ISBN: 978-9942-9882-6-3
- Tschohl, J. (s.f.). *Servicio al cliente: El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia* (C. Torres, Ed.). Service Quality Institute Latin America. www.servicequality.net
- PROMOME CONSULTORIA E FORMACIÓN SLNE. (2012). *¿Eres un buen negociador? (Cuadernos prácticos de gestión)*. C.E.E.I GALICIA, S.A. (BIC GALICIA).
- Acosta Véliz, M., Salas Narváez, L., Jiménez Cercado, M., & Guerra Tejada, A. M. (2018). *La administración de ventas: Conceptos clave en el siglo XXI*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. <https://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2017.34>
- IntegraMarkets Escuela de Gestión Empresarial. (2018). *Gestión de la Prospección de Oportunidades de Negocio (1ra ed.)*. IntegraMarkets, Grupo América Factorial S.A.C.