



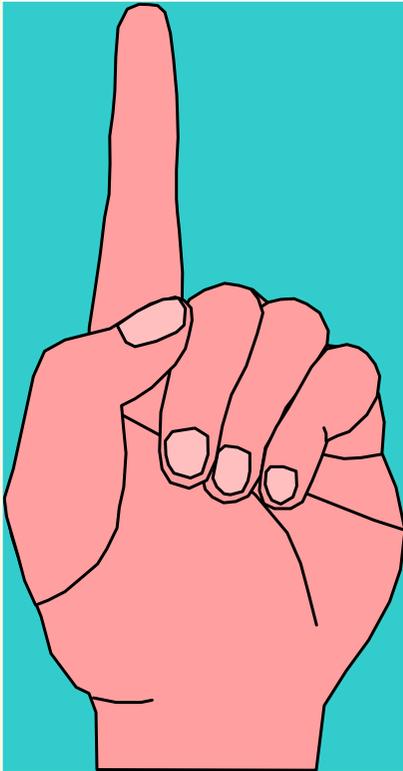
www.cesar-augusto-atoche.com

- **Doctor en Ciencias Administrativas con mención en Dirección de Empresas por la Universidad Nacional de Piura (UNP).**
- **Magíster en Administración (MBA) con mención en Negocios Internacionales por la Universidad del Pacífico (UP).**
- **Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Piura (UDEP).**
- **Diploma de Postgrado en Marketing Internacional e Investigación de Mercados por la Maestría en Economía de la Universidad Nacional de Piura (UNP).**
- **Profesor Principal adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas UNP.**

LA ACTITUD DE SERVICIO

Dr. César Augusto Atoche Pacherras

OBJETIVO GENERAL

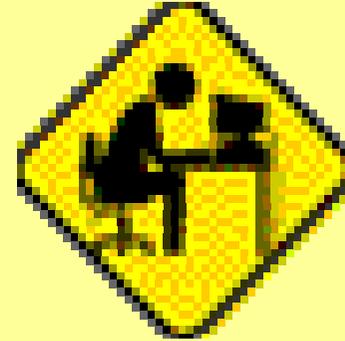


- Brindar a los participantes información sobre el servicio para que asuman su nuevo rol como cooperadores en la calidad del servicio.
- Mejorar el nivel de calidad del servicio con una actitud de auto motivación y mejora del trato que ofrecemos a los clientes.

CONTENIDO

- **GESTIÓN DEL TIEMPO**

- Cooperación
- Desempeño y aprendizaje
- Valores
- Gestión del tiempo.

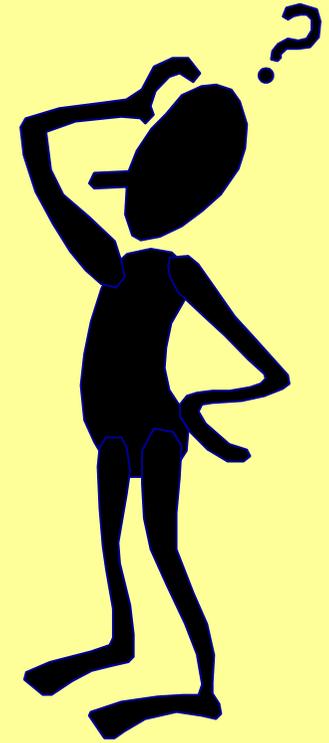


- **CALIDAD EN LA ATENCIÓN Y ACTITUD DE SERVICIO**

- Cultura de servicio, productividad, competitividad
- Relaciones con los demás
- Clientes interno y externo
- Comunicación efectiva
- Protocolos de atención
- Adaptación al cambio.

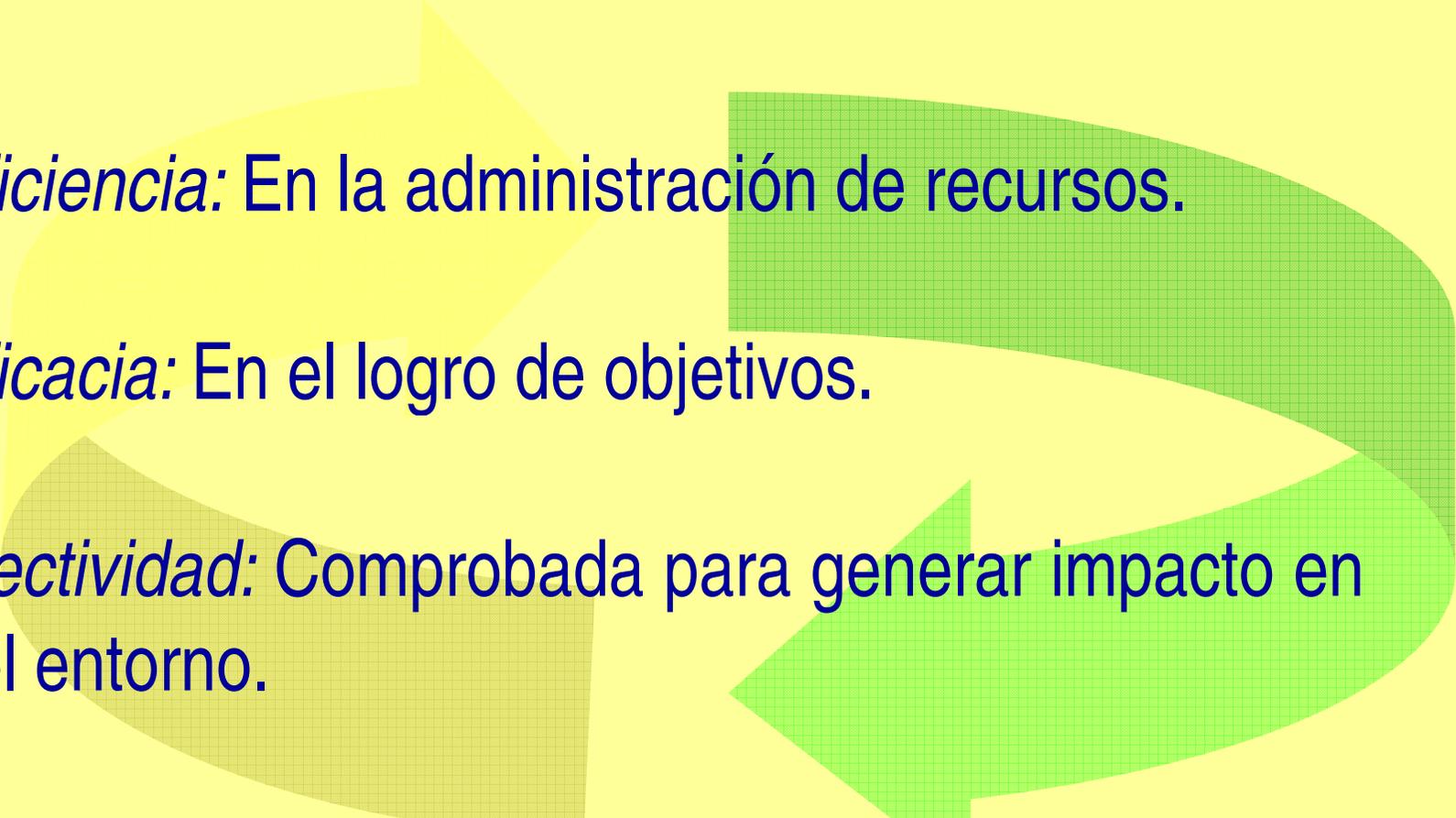


- La actitud por sí sola, produce resultados inesperados.
- La actitud sin orientación, logra cualquier resultado.
- La actitud del personal sin ayuda de la empresa, disminuye con el paso del tiempo.
- El personal con actitud de servicio, es valorado por el cliente.



Las 3 E





Eficiencia: En la administración de recursos.

Eficacia: En el logro de objetivos.

Efectividad: Comprobada para generar impacto en el entorno.

“Cualquier cambio involucra una transformación de las actitudes del personal”.

¿Qué es el servicio?



Servir es hacer algo en favor de otra persona.

El servicio es como lo ve el cliente, no como lo ve el proveedor de dicho servicio.

Verificar la satisfacción con retroalimentación.

La clave del servicio es la **RELACIÓN** con las personas.

El servicio a veces se observa y se siente, pero es inmaterial.

Y son estos momentos los que en realidad nos permitirán o no, cumplir nuestra: **MISIÓN**.

Es la sensación (buena o mala) que tiene un receptor del servicio.

¿Qué es Calidad en el Servicio?

Es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio.



**Éxito en el
mercado**

=

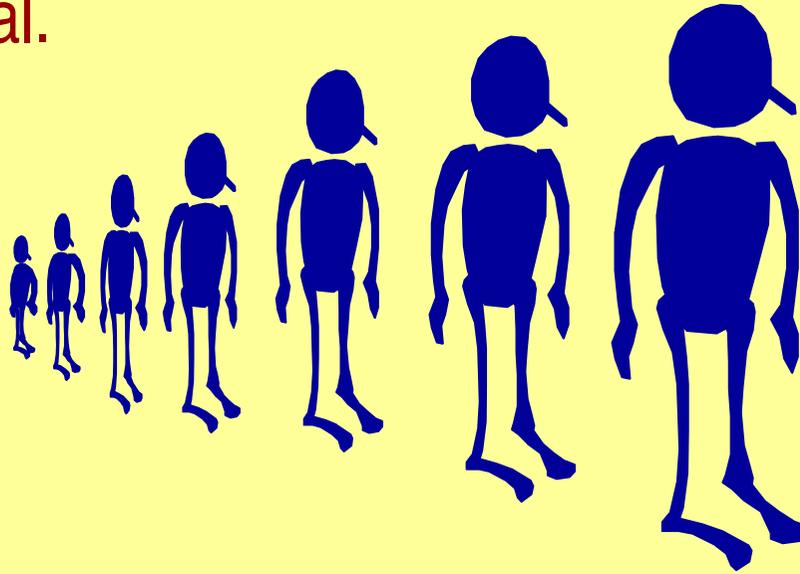
**Ventaja
competitiva**

Factores del Servicio (Evaluación del cliente)

1. Elementos Tangibles: apariencia de instalaciones, del personal, baños, equipos, exhibidores.
2. Cumplimiento de promesa: Entrega correcta y oportuna.
3. Actitud de servicio: Disposición para escuchar y resolver problemas
4. Competencia del personal: Sí es cortés, conocimiento de la empresa y productos, si domina condiciones y políticas.
5. Empatía: Facilidad de contacto, comunicación, gustos y necesidades.

Importancia del Servicio al Cliente

Un buen servicio al cliente puede ser un elemento promocional tan poderoso como descuentos, publicidad o venta personal.



Atraer un nuevo cliente es hasta 5 veces más caro que mantener uno antiguo, y es hasta diez veces más caro recuperar un cliente perdido.

Las 4 A's del Servicio (etapas)

1. Atender al cliente: Identificación de las necesidades del cliente.
2. Aclarar la situación: Identificación de las necesidades del cliente.
3. Actuar: Satisfacer las necesidades.
4. Asegúrese de la satisfacción: Cierre del proceso.



Tipos de servicios en las empresas

COMPETENCIA TÉCNICA		TRATO AL CLIENTE	
Alta	(3) EFICAZ DESAGRADABLE	(4) EFICAZ Y AGRADABLE	
Baja	(1) INEFICAZ Y DESAGRADABLE	(2) INEFICAZ Y AGRADABLE	
	Bajo	Alto	

1. "SOMOS INCOMPETENTES Y NO NOS IMPORTA SER ANTIPÁTICOS"
2. "LO HACEMOS MAL PERO SOMOS ENCANTADORES"
3. "SOMOS MUY EFICIENTES PERO MUY ANTIPÁTICOS"
4. "HACEMOS NUESTRO TRABAJO CON LA MÁXIMA CALIDAD"

Motivación personal

Dedicamos el 75% de nuestra vida adulta a actividades relacionadas con el trabajo. Si dedicamos tanto tiempo a trabajar deberíamos motivarnos y llenarnos de energía.



A todo mundo le gusta trabajar en un ambiente relajado, lleno de alegría y energía y donde se sientan valorados.

- **Valoración del trabajo.**

Valorar el trabajo personalizado.

- **Motivación.**

A las personas que atienden a los clientes.

- **Actitud.**

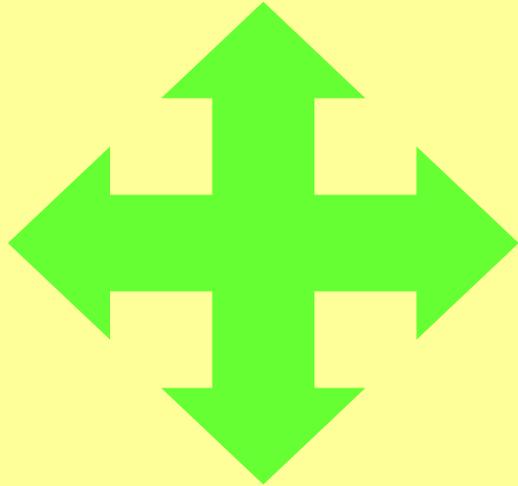
Positiva o negativa.



Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.

Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.

Cientes:

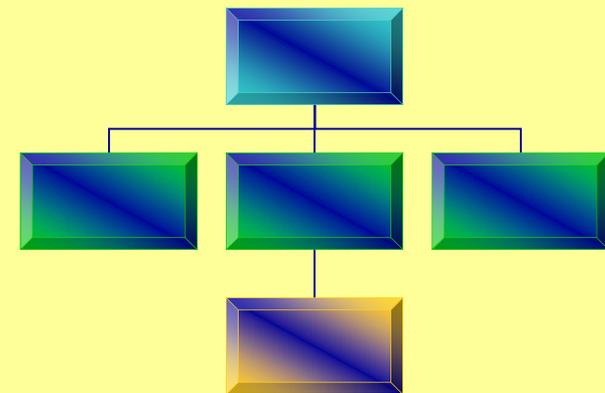


Cliente Externo:

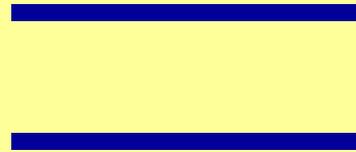
Es toda aquella persona ajena que busca en nuestra empresa satisfacer una necesidad.

Cliente Interno:

Es el compañero de la empresa que utiliza mi trabajo para realizar el propio.



- Seguridad ✓
- Credibilidad ✓
- Comunicación ✓
- Comprensión ✓
- Accesibilidad ✓
- Cortesía ✓
- Profesionalismo ✓
- Capacidad de respuesta ✓
- Fiabilidad ✓



**Cliente
Satisfecho**

Definición de momento de la verdad

Es todo momento o experiencia en el que un cliente entra en contacto con nuestra empresa y que da como resultado su impresión o percepción sobre la calidad de nuestro servicio.



“Un cliente se forma 11 impresiones en los primeros 7 segundos de contacto con la empresa”.

Momento de verdad POSITIVO:

- **Experiencia plenamente satisfactoria.**
- **Capturan al cliente.**
- **Generan credibilidad de la tienda.**



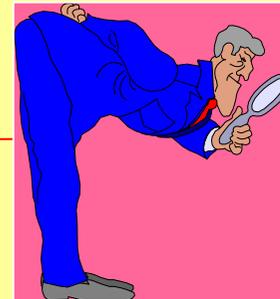
Momento de verdad NEGATIVO:

- **Experiencia insatisfactoria.**
- **Alejan al cliente.**
- **Generan descrédito en la tienda.**



COOPERACIÓN: EL TRABAJADOR COOPERADOR

- Usar un lenguaje positivo entre todos.
- Si alguien se demora en entender algo, explicarle dos o varias veces ... decirle: “sólo faltas tú para ofrecer hoy un servicio de buena calidad”.
- La palabra mágica para convertir un trabajador en cooperador es AYUDAME O AYÚDANOS a ofrecer un servicio de buena calidad.
- La comunicación es Clave.



Inteligencia emocional



VALORES

EFICACIA-EFICIENCIA-IMPACTO

CONCIENCIA AMBIENTAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL

ÉTICA

EQUIDAD DE GÉNERO

ACTITUD DE SERVICIO



GESTIÓN DEL TIEMPO

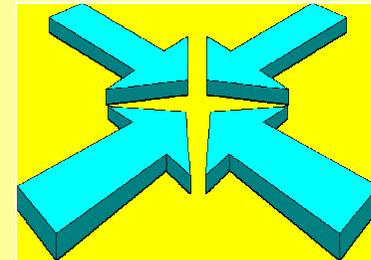
- Los actos repetitivos forman un hábito, si es bueno se llama **VIRTUD**, y si es malo se llama **VICIO**.
- Primero cultiva el **ORDEN**, luego la **PUNTUALIDAD** y **LIMPIEZA**.
- Ama tu trabajo (“si estás haciendo lo que te disgusta, empieza a querer lo que estás haciendo” es el secreto de la felicidad personal) y aparecerá la honestidad.
- Asegúrate de cultivar la **CREATIVIDAD**.

A photograph of two baseball players in white uniforms with blue accents running on a green field. The image is slightly blurred to convey motion. The text "CALIDAD EN LA ATENCIÓN Y ACTITUD DE SERVICIO" is overlaid in the center in a bold, red, sans-serif font.

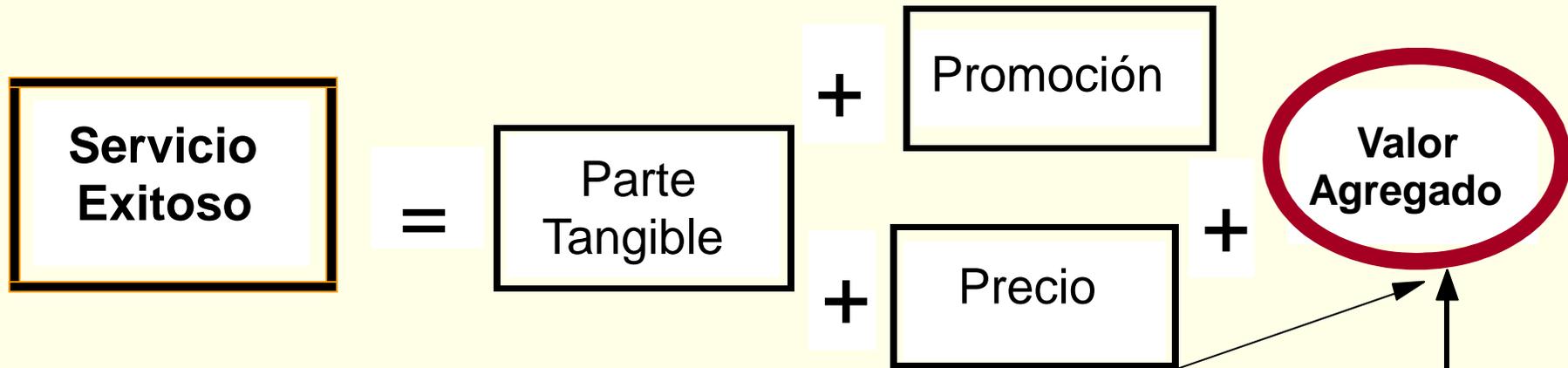
**CALIDAD EN LA
ATENCIÓN Y ACTITUD
DE SERVICIO**

CALIDAD EN LA ATENCIÓN Y ACTITUD DE SERVICIO

- **Calidad en base a Normas:**
 - Calificación del personal.
 - Protocolos de atención al paciente.
 - Normativas del Ministerio de Salud.
- **Calidad en base a Expectativas:**
 - Personal competente.
 - Buen trato.



SERVICIO, PRODUCTIVIDAD, COMPETITIVIDAD



Buena Presentación

Atención Personalizada

Trato Cortés

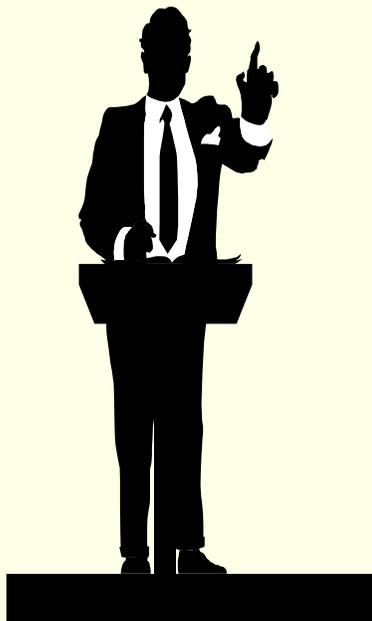
Decoración Moderna

Garantías al Servicio

Personal Experimentado

Atención Rápida

Buena Comunicación



CALIDAD DESDE EL INICIO

1

COSTOS MENORES

2

MAYOR PRODUCTIVIDAD

3

MAYORES INGRESOS

4

PUESTOS DE TRABAJO SEGUROS

6

COMPETITIVIDAD

5

LOS CLIENTES Y SU IMPORTANCIA: COMUNICACIÓN EFECTIVA



PALABRAS 7%

TONO 35%

GESTOS 58%

CLIENTES INTERNO Y EXTERNO

LOS CLIENTES EVALUAN:

LA CALIDAD INTERNA

Los aspectos funcionales del servicio.

LA CALIDAD EXTERNA

La forma de ofrecimiento del servicio.

Porque estas dos facetas del servicio son las que producen:

LOS BENEFICIOS ESPERADOS (Expectativas)

El resultado final que esperan los clientes.

Y la:

SATISFACCION

- Percepción de alta calidad del servicio.
- Percepción > Beneficios esperados (Expectativas).

PERCEPCIONES - EXPECTATIVAS

- 1. Si Percepción $<$ Expectativa \rightarrow Servicio Malo
- 2. Si Percepción $=$ Expectativa \rightarrow Aceptable
- 3. Si Percepción $>$ Expectativa \rightarrow Servicio Excelente

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:

- 1. Baja calidad interna y externa \rightarrow Servicio Malo
- 2. Alta calidad interna y baja calidad externa \rightarrow Mediocre
- 3. Alta calidad interna y alta calidad externa \rightarrow Excelente

DIMENSIÓN DEL SERVICIO

**¿Quiénes y
cómo son
los
clientes?**

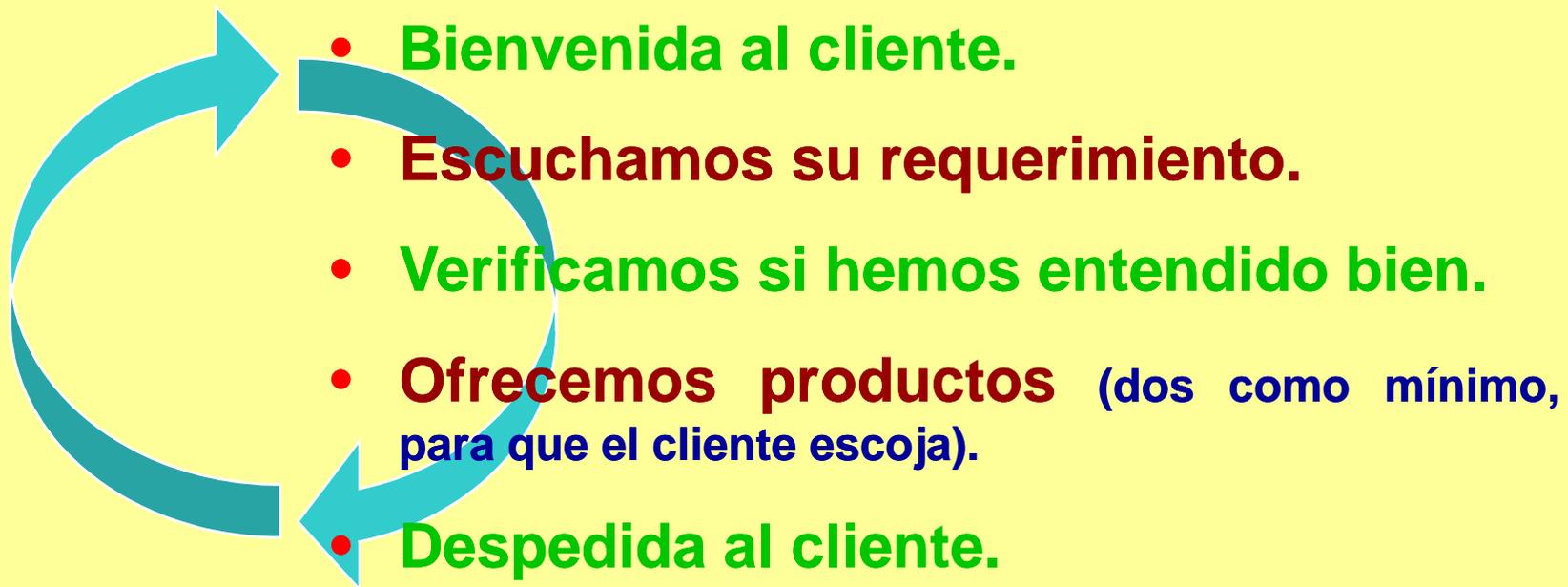


LAS DIEZ DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIOS

1. Aspectos físicos : Instalaciones, personal, equipos.
2. Fiabilidad : Cumplir con las normas de calidad.
3. Capacidad de respuesta: Actitud para ayudar al cliente.
4. Profesionalidad : Habilidades y Conocimientos.
5. Cortesía : Valores puestos al servicio del cliente.
6. Credibilidad : Imagen que proyecta la institución.
7. Seguridad : Ausencia o minimización de riesgos.
8. Accesibilidad : Facilidad de contactos en la institución.
9. Comunicaciones : Capacidad de información.
10. Comprensión del paciente: Esfuerzos por conocer a los clientes (encuestas, focus group, técnicas de proyección).

EL CICLO DEL SERVICIO

Es una **secuencia** de todas las emociones que experimentan los clientes.



APRENDER A ESCUCHAR

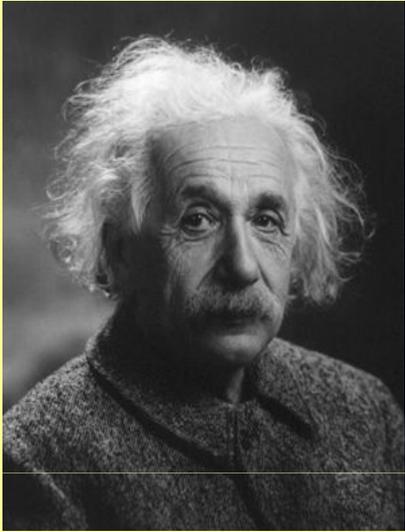
- Deja de hacer lo que estás haciendo.
- Dirige tu cuerpo hacia el usuario/cliente.
- Mira de frente al usuario/cliente cuando hables con él.
- Cuando el usuario/cliente te está explicando o solicitando algo, procura asentir (pues así le estaremos diciendo que ya le entendimos)
- ¿Cómo darse cuenta que hemos escuchado bien? Pues cuando el usuario/cliente al final te dice: GRACIAS, MUY AMABLE.

A LA GENTE SE LE IMPRESIONA CON



PALABRAS 20%

TONO 80%



“Locura es hacer lo mismo una y otra vez, y esperar obtener resultados distintos.”

Albert Einstein

CALIDAD DEL SERVICIO

FRASES EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL PACIENTE

Evite decir:

- No sé...
- No lo podemos hacer...
- Tienes que ...
- Un momentito ,,,
- No ...



Mejor diga:

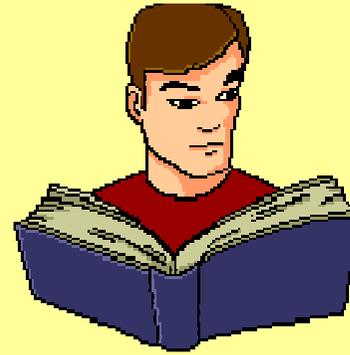
- Averiguaré y le informaré...
- Esto podemos hacer...
- Tenemos que ...
- ¿Prefiere esperar o regresar?
- Veamos ...

R E S U M E N

- Existen nuevas formas de trabajar.
- Debemos aprender las nuevas formas de trabajar.
- Recibir información, aplicarla y persistir.
- Si logamos la felicidad del cliente, entonces hemos cumplido una buena labor.
- La excelencia depende de cada uno de nosotros (hasta 15%) y de las autoridades (hasta 85%).



Gracias ...



**por su
atención ...**



Atrévete a ser mejor cada día