



Datos Generales

Sigla: IP-0041

Nombre del curso: Servicio al Cliente y Empresariedad

Tipo de curso: Teórico

Número de créditos: 2

Número de horas semanales presenciales: 3

Número de horas semanales de trabajo independiente del estudiante: 3

Requisitos:

Correquisitos: IP-0042

Ubicación en el plan de estudio: IX-Ciclo / 5to Año

Horario del curso: Martes de las 17:00 a las 20:00

Datos del Profesor

Nombre: Kerry Navarrete Padilla

Correo Electrónico: Kerry.navarrete@ucr.ac.cr

Horario de Consulta: Lunes de 8:00-12:00 a.m. y de las 13:00 -14:00

Descripción del curso

El curso Servicio al Cliente y Empresariedad está enfocado en los aspectos más importantes que intervienen en la comunicación con el cliente. Todas las empresas tienen que apostar y velar para mejorar las comunicaciones y la calidad del servicio con el cliente y poder controlar las situaciones conflictivas que pudieran surgir. Por esta razón el curso abordará contenidos que le permitan al estudiante capacitarse en el logro de una buena comunicación y relaciones humanas eficientes con el fin de poder crear un ambiente armonioso dentro de la organización. Se pretende por tal razón, brindarle las herramientas al futuro profesional para que logre alcanzar éxito en el mundo empresarial sabiendo cómo satisfacer las necesidades y gustos de sus clientes oportunamente. Este es un curso teórico, con sesiones presenciales de tres horas a la semana.

Objetivo General

Aplicar el servicio al cliente como una estrategia que genera ventaja competitiva utilizando los procedimientos para evaluar y generar un programa de calidad de servicio al cliente.

Objetivos específicos

Analizar los conceptos, componentes, e importancia del servicio.
Aplicar técnicas empresariales para el mejoramiento en el servicio.
Aplicar técnicas para la solución de conflictos.



Determinar los parámetros necesarios para el uso adecuado de la tecnología de información en la mejora continua del servicio al cliente.
Presentar una actitud positiva con relación a temas de trabajo en equipo, motivación, liderazgo y mejora continua.
Diseñar un plan de acción para el mejoramiento continuo de una empresa.
Evaluar el servicio al cliente con miras a generar una ventaja competitiva.

Contenidos

1. Servicio al cliente
 - Concepto e importancia del servicio al cliente
 - El servicio al cliente como ventaja competitiva
 - Proceso de evaluación de servicio al cliente
 - La empresa orientada al cliente
 - Por qué orientar la empresa al cliente
 - Características de la organización orientada al cliente

2. La organización y los clientes
 - El cliente interno y el cliente externo
 - Calidad y atención al cliente
 - Percepción de la satisfacción
 - Proceso de recuperación de clientes
 - Clientes difíciles
 - Actitudes para un trato eficaz con el cliente
 - Espacios y límites en la relación con el cliente
 - El entorno satisfactorio en la relación con el cliente
 - Habilidades sociales en la relación con el cliente
 - Relaciones con los equipos de trabajo

3. Tipos de atención al cliente
 - El proceso general de la atención al cliente
 - La atención presencial de los clientes
 - La atención telefónica de los clientes
 - La atención por medios digitales (correo electrónico, redes sociales)
 - Tipos de cliente y estilos de atención

4. Comunicación con el cliente
 - En qué consiste la comunicación eficaz
 - Elementos que intervienen en la comunicación eficaz
 - Obstaculizadores y facilitadores de la comunicación eficaz
 - Tipos de comunicación
 - Emociones y comunicación

5. Habilidades sociales en la atención al cliente



Introducción

Qué son las habilidades sociales

Principales habilidades sociales en la atención al cliente

La escucha activa

Qué es la escucha activa

Formas de utilizar la escucha activa

Cómo poner en marcha la escucha activa

Cómo promover la escucha activa

La asertividad

Qué es la asertividad

Los tres estilos de conducta

Diferentes estilos de respuesta

Cuándo ser asertivos

Los derechos asertivos

6. Tipos de conflictos

Niveles de conflictos

Manejo de conflictos

No negocie con base en posiciones

 Separe las personas y el problema

 Concéntrese en intereses / no en posiciones

 Opciones de mutuo beneficio

 Insista en criterios objetivos

 Qué pasa con los poderosos

 Encuentre una mejor alternativa a un acuerdo negociado

 Qué pasa si no entran en el juego

 Qué pasa si juegan sucio

Preguntas sobre justicia y sobre la negociación basada en principios.

Preguntas sobre tratar con la gente.

Preguntas sobre tácticas

Preguntas relacionadas con el poder

7. Plan de acción para el mejoramiento del servicio:

Trabajo en equipo (Propósitos y valores compartidos, Unir habilidades y conocimientos, Crear el potencial de equipo).

Empoderamiento (Compartir información con todos, crear autonomía mediante fronteras, Jerarquía versus equipos auto-dirigidos).

Mejoramiento continuo

Liderazgo (Poder, Autoridad)

Coaching (Importancia, Fundamentos, Funciones de quiénes participan como coaches, Momentos y transiciones, Práctica y Técnicas de coaching,

Motivación (recompensas, reconocimientos; formales e informales)

8. Elaboración de un programa de calidad en servicio al cliente



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
LIC. INGLÉS CON FORMACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
PROGRAMA CURSO: **SERVICIO AL CLIENTE Y EMPRESARIEDAD**
I Semestre, 2024



- Elaboración de normas de servicio
- Elaboración de estándares de calidad en el servicio
- Descripción de las normas Responsables
- Elaboración del manual de servicio al cliente
- 9. Evaluación de impacto del servicio
 - Tipos de formularios
 - Sistemas de servicio
 - Perfil del personal de servicio
 - Funciones y tareas del personal deservicio
 - Programa de incentivos al personal
 - Capacitación
 - Incentivos salariales

Metodología

El profesor promoverá la mayor participación posible por parte de los estudiantes. La metodología se fundamenta tanto en la exposición por parte del profesor como del estudio y preparación de las lecturas y trabajos asignados. El estudiante deberá leer previamente los temas para fomentar la participación y discusión en la clase. No interesan los aprendizajes memorísticos verbalistas, si no que se interesa en promover y valorar aprendizajes significativos

Dentro de la evaluación se realizarán exámenes cortos con el fin de evaluar los conocimientos adquiridos en el curso a través de la bibliografía asignada como de los contenidos y prácticas desarrollados en clase. En este sentido, el docente deberá promover y valorar aprendizajes significativos con la ayuda de la actividad evaluativa, debe asignar a los alumnos tareas, actividades y procedimientos de evaluación que reflejen las interpretaciones y significados construidos como producto de los aprendizajes alcanzados y mediados por el docente, fomentar actividades didácticas encaminadas a que los alumnos reconozcan y valoren la utilidad de lo que aprenden para comprender y dar sentido a los significados. **Este curso se desarrolla de forma virtual, se hará uso de la plataforma institucional Mediación Virtual para compartir material, entregar evaluaciones, realizar prácticas, ejercicios entre otros. Además, se tendrán sesiones sincrónicas por la plataforma Zoom las cuales están agendadas en el cronograma del curso. El contenido del curso estará disponible semanalmente según se establece en el cronograma.**



Evaluación

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Trabajo en clases	15%
Tareas	20% (2 of 10%)
Proyecto 1	15%
Proyecto 2	20%
Proyecto-Taller	30%
Total	100%

Bibliografía

.Horovitz, Jacques. (1997). La Satisfacción Total del Cliente. 1era Edición. España: McGrawHill

Albrecht, Karl (1998). La Excelencia en el Servicio. Colombia: 3R Editores.

Dunning, Donna. (2004). Capacitación, Dirección y el Asesoramiento en el Trabajo. México: CECOSA



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
LIC. INGLÉS CON FORMACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
PROGRAMA CURSO: **SERVICIO AL CLIENTE Y EMPRESARIEDAD**
I Semestre, 2024



Cronograma

Week	Date	Activity/Content	Evaluation
1	Mar 12	Introductory activities / Course syllabus discussion Contenido 1: Servicio al cliente (sesión sincrónica)	
2	Mar 19	Contenido 1: Servicio al cliente (sesión asincrónica)	Classwork
3	Mar 26	Semana Santa	
4	Abr 2	Contenido 2: La organización y los clientes (sesión sincrónica)	
5	Abr 9	Contenido 3: Tipos de atención al cliente (sesión asincrónica)	Classwork
6	Abr 16	Contenido 3: Tipos de atención al cliente (sesión sincrónica)	Homework #1
7	Abr 23	Contenido 4: Comunicación con el cliente SEMANA U (sesión asincrónica)	
8	Abr 30	Contenido 4 Comunicación con el cliente (sesión sincrónica)	
9	May 7	Contenido 5 Habilidades sociales en la atención al cliente (sesión asincrónica)	Classwork
10	May 14	Contenido 5 Habilidades sociales en la atención al cliente (sesión sincrónica)	Homework #2
11	May 21	Contenido 6 Tipos de conflictos (sesión asincrónica)	Classwork
12	May 28	Contenido 6 Tipos de conflictos (sesión sincrónica)	
13	Jun 4	Contenido 7: Plan de acción para el mejoramiento del servicio (sesión asincrónica)	Classwork
14	Jun 11	Contenido 8: Elaboración de un programa de calidad en servicio al cliente (sesión sincrónica)	Project #2
15	Jun 18	Contenido 9: Evaluación de impacto del servicio (sesión asincrónica)	Project-workshop
17	Jul 2	Grades	



REGLAMENTO DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA EN CONTRA DEL **HOSTIGAMIENTO SEXUAL**

Conducta de naturaleza sexual
indeseada por quien la recibe

MANIFESTACIONES

No verbales: miradas intrusivas, sonidos, silbidos, dibujos.
Verbales: piropos, comentarios sexualizados, invitaciones
insistentes a salir, propuestas sexuales.
Escritas: fotografías, imágenes, mensajes, correos.
Físicas: Toqueteos, abrazos, besos, otras manifestaciones.

SE PUEDE APLICAR A

Cualquier persona que forme parte de la comunidad
universitaria, integrada por personal docente,
administrativo y la población estudiantil. Y quienes
posean relaciones contractuales, no laborales, con la
Universidad de Costa Rica (servicios profesionales,
subcontratación, convenios, intercambios).

PROCESO DE DENUNCIA

Proceso interno de
la comisión instructora

Audiencia: declaración
de las partes

Comisión instructora
emite informe final

DENUNCIAR ANTE

la Defensoría contra el
Hostigamiento Sexual.

Se puede hacer de manera
presencial en la Oficina de
la Comisión Institucional
Contra el HS o por correo

- La denuncia debe hacerla
la **persona afectada**
- **Dos años** plazo a partir del
ultimo hecho de HS
- Debe aportar **pruebas**

equipocontrahostigamientosexual@ucr.ac.cr



SRP Sede Regional del
Pacífico



Reglamento de la Universidad
de Costa Rica en Contra del
Hostigamiento Sexual