



Manager's Corner

Servicio al cliente y comunicación

COORDINADOR DEL PROYECTO

Theresa Stretch, MS, RDN, CP-FS

DIRECTOR EJECUTIVO

Aleshia Hall-Campbell, PhD, MPH



NUTRITION



OPERATIONS



ADMINISTRATION



COMMUNICATIONS/
MARKETING



Area Clave: 4 Comunicación
y Mercadotecnia

Código: 4130 Servicio de Atención al Cliente
4140 Destrezas de Comunicación

2020

Institute of Child Nutrition

The University of Mississippi

El Institute of Child Nutrition fue autorizado por el Congreso en 1989 y establecido en 1990 en The University of Mississippi en Oxford y es operado en colaboración con The University of Southern Mississippi en Hattiesburg. El instituto opera bajo de un convenio de subvención con el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, Food and Nutrition Service.

PROPÓSITO

Mejorar la operación de los programas de nutrición infantil a través de la investigación, educación y capacitación y de la disseminación de información.

VISIÓN

Encabezar a la nación al proporcionar investigaciones, educación y recursos para promover la excelencia en los programas de nutrición infantil.

MISIÓN

Proporcionar información relevante basadas en investigaciones y servicios que promueven la mejoría continua de los programas de nutrición infantil.

Este proyecto ha sido financiado parcialmente con fondos federales del Departamento de Agricultura de los EE. UU., Food and Nutrition Service a través de un acuerdo con el Institute of Child Nutrition en The University of Mississippi. El contenido de esta publicación no refleja necesariamente las opiniones ni las políticas del Departamento de Agricultura de los EE.UU., y la mención de nombres registrados, productos comerciales u organizaciones no implica su aprobación por parte del gobierno de los EE. UU.

The University of Mississippi es un empleador que cumple con EEO/AA/Título VI/Título IX/Sección 504/ADA/ADEA.

En acuerdo con la ley federal y la política del Departamento de Agricultura de los EE.UU., esta institución tiene prohibido discriminar en base de raza, color, origen nacional, sexo, edad o discapacidad.

Para presentar una queja de discriminación, escriba a USDA, Director, Office of Civil Rights; Room, 326-W, Whitten Building, 1400 Independence Avenue, SW, Washington, DC 20250-9410 o llame al (202) 720-5964 (voz y TDD). USDA es un proveedor y empleador que ofrece igualdad de oportunidades.

© 2020, Institute of Child Nutrition, The University of Mississippi, School of Applied Sciences

Excepto por las condiciones expresadas a continuación, usted puede usar el texto y la información contenidas en este documento libremente para uso sin fines de lucro o fines educativos, sin costo para el participante de la capacitación a condición que los siguientes créditos sean incluidos. Este material no debe ser incorporado en otros sitios web o en libros de texto y no puede ser vendido.

Cita bibliográfica sugerida:

Institute of Child Nutrition. (2020). *Recursos del gerente: Servicio al cliente y comunicación*
University, MS: Author.

Las fotografías e imágenes en este documento pueden ser propiedad de terceros y usadas por The University of Mississippi bajo un convenio de uso. La universidad no puede, por tanto, otorgar permiso para usar estas imágenes.

Para más información, por favor comuníquese con helpdesk@theicn.org. Febrero 11, 2020

Índice

Estándares profesionales.....	1
Introducción.....	1
Descripción general de la lección.....	2
Preguntas para el personal	3
Actividad: Dibuja esta comunicación.....	6
Referencias.....	9

Estándares profesionales

COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA – 4100

El empleado será capaz de desarrollar planes que incluyan el involucramiento con miembros de la escuela y la comunidad, empodere a los líderes de nutrición escolar, y aborde el excelente servicio de atención al cliente.

4130 – Servicio de atención al cliente

Empoderar al personal de nutrición escolar para dar un excelente servicio al cliente.

4140 – Habilidades de comunicación

Desarrollar habilidades de comunicación.

Introducción

Recursos del gerente: Servicio al cliente y comunicación está diseñado para empoderar gerentes a usar para la capacitación de su personal. Cada lección dura máximo 15 minutos. Esta lección contiene:

- Objetivos de aprendizaje
- Enunciado explicando la importancia del tema
- Lista de materiales
- Instrucciones sobre cómo presentar la información
- Preguntas para el personal
- Una actividad para fortalecer o refrescar el conocimiento del personal

Descripción general de la lección

Instrucciones para la lección:

- Repase el objetivo de la lección y la información del contexto.
- Repase la razón por la cual la lección es importante.
- Cuestione al personal las preguntas.
- Facilite la actividad descrita.
- Aporte tiempo para que el personal haga preguntas.

Objetivo: Dialogar sobre la comunicación y servicio al cliente y explicar cómo funcionan en conjunto en el programa de nutrición escolar.

Información contextual: Servicio al cliente se refiere a la asistencia que se le brinda a los clientes. Un excelente servicio al cliente le da a sus clientes una experiencia agradable y placentera. Cuando sus clientes tienen una excelente experiencia de servicio al cliente, se convertirán en clientes leales y promoverán su negocio.

Existen tres características de la comunicación: que sea un proceso bidireccional, abierto, y efectivo.

- La comunicación es un proceso bidireccional. Implica la persona que manda la información, tanto como la persona que la recibe.
- La comunicación abierta es un intercambio claro de información sin miedo de expresar pensamientos o creencias. La fundación de la comunicación abierta es confianza. Esto ayuda al personal a entender los problemas o situaciones que pueden ocurrir y pueden mejorar la toma de decisiones y solución de problemas.
- La comunicación efectiva implica capacidad para escuchar y hablar. Este tipo de comunicación implica el exponer sus ideas clara y lógicamente.

Hay varias maneras en que la comunicación ayuda a proveer un excelente servicio al cliente.

- Trabajo en equipo: El personal de nutrición escolar debe trabajar en equipo para mantener líneas abiertas de comunicación.
- Escuche y comparta información: El escuchar lo que los clientes dicen es una manera de determinar sus necesidades y expectativas. Escuche a los

estudiantes mientras hablen con sus amigos en la fila, y cuando interactúan con usted. Si tienen sugerencias o preocupaciones, repórtelo al gerente.

- **Sea amigable y honesto:** Cuando los estudiantes empiecen a llegar a la cafetería por su comida, sonría. Tal vez algún estudiante no esté teniendo un buen día. Use esta oportunidad para darle palabras de aliento. Sea honesto con sus clientes. Cuando un estudiante presente un problema, y usted no sabe la respuesta, dígame que se pondrá en contacto cuando tenga una respuesta lo antes posible. ¡No lo olvide! Intente tener la respuesta la siguiente vez que lo vea. Mantenga una línea de comunicación abierta.
- **Identifique maneras para mejorar:** Cada programa se puede mejorar aún más. En la siguiente reunión, dialogue con su equipo sobre maneras en las que el servicio al cliente puede mejorar. Puede que existan problemas comunes que ocurren frecuentemente en todas las escuelas. Compartan ideas sobre cómo tratarlos y propongan una solución. La próxima vez que el problema ocurra, ponga la solución a prueba. Informe al gerente para que éste después se reporte con el director.

¿Por qué es importante? El programa de Nutrición Escolar (SN, por sus siglas en inglés) es un negocio, y el servicio al cliente es muy importante para que un negocio sea exitoso. El objetivo del servicio al cliente en los programas de nutrición escolar es el crear un ambiente agradable y acogedor en donde el cliente pueda seleccionar y disfrutar comidas saludables habitualmente. El programa de SP ofrece dos productos a sus clientes: servicio al cliente y comidas nutritivas.

Preguntas para el personal

- **¿Qué es servicio al cliente?**

Respuesta: Servicio al cliente se refiere a la asistencia que se le brinda a los clientes. Un excelente servicio al cliente le brinda a los consumidores una experiencia agradable y placentera. Cuando los clientes tienen una excelente experiencia de servicio al cliente, se convertirán en clientes leales y promoverán su negocio. También es una oportunidad para promover el programa e incrementar la participación y generar mayores ingresos.

- **¿Cómo podría el equipo de nutrición brindar un excelente servicio al cliente?**

Respuesta: Hay muchas maneras en las que el equipo de nutrición escolar puede brindar un excelente servicio al cliente. Algunas de éstas incluyen:

- Trabajar en equipo: El personal de nutrición escolar debe de trabajar en equipo y mantener líneas de comunicación abiertas.
- Escuche y comparta: El escuchar lo que los clientes dicen es una manera de determinar sus necesidades y expectativas. Escuche a los estudiantes hablar con sus amigos en la fila y cuando interactúen con usted. Si hay alguna sugerencia o duda, repórtelo al gerente.
- Sea amigable y honesto: Cuando los estudiantes comiencen a llegar a la cafetería, sonría. Tal vez un estudiante no está teniendo un buen día. Use ésta oportunidad para darle palabras de aliento. Sea honesto con sus clientes. Si un estudiante presenta un problema, y usted no sabe la respuesta, dígame que buscará la respuesta y se comunicará con él lo antes posible. ¡No lo olvide! Intente tener la respuesta para el siguiente encuentro. Mantenga una línea de comunicación abierta.
- Identifique maneras de mejorar: En la siguiente reunión, dialogue con su equipo sobre las maneras en que el servicio al cliente puede mejorar. Puede que existan problemas comunes que ocurren frecuentemente en todas las escuelas. Compartan ideas sobre cómo tratarlos y propongan una solución. La próxima vez que el problema ocurra, ponga la solución a prueba. Informe al gerente para que éste después se reporte con el director.

- **¿Qué es la comunicación, y cómo funcionan la comunicación y el servicio al cliente en conjunto en el programa de nutrición escolar?**

Respuesta: Existen tres características de la comunicación: que sea un proceso bidireccional, abierto, y efectivo.

- La comunicación es un proceso bidireccional. Implica la persona que manda la información tanto como la persona que la recibe.
- La comunicación abierta es un intercambio claro de información sin miedo de expresar pensamientos o creencias. La fundación de la comunicación abierta es la confianza. Esto ayuda al personal a entender los problemas o situaciones que pueden ocurrir y puede mejorar la toma de decisiones y solución de problemas.

Recursos del gerente: Servicio al cliente y comunicación

- La comunicación efectiva implica capacidad para escuchar y hablar. Este tipo de comunicación implica el exponer ideas claras y lógicas.

Puede usar una forma o todas al interactuar con los estudiantes. Para poder brindar un excelente servicio al cliente, se debe tener excelentes habilidades de comunicación.

Tenga en cuenta: Las respuestas proporcionadas son solo ejemplos y no incluyen todas las respuestas posibles.

Actividad: Dibuja esta comunicación

Materiales de la actividad incluidos en este documento:

- **Imagina esta forma de comunicación**

Materiales provistos por la operación nutricional de la escuela:

- Copias de los folletos
- Plumas/Lápices

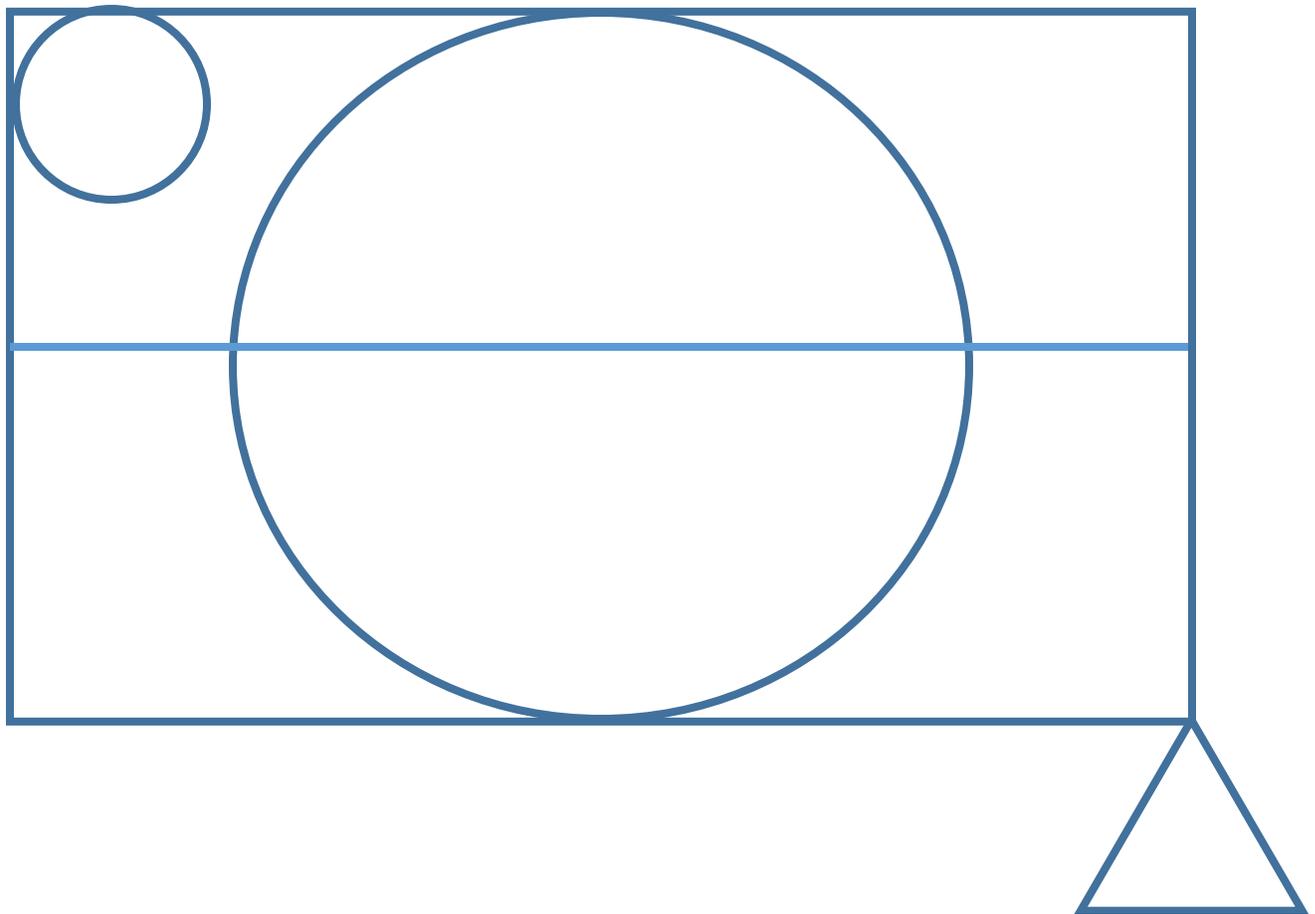
Instrucciones de la actividad:

- Imprima los folletos, pero no los distribuya hasta que las instrucciones completas se hayan compartido con los participantes. Note: Solo los participantes que servirán de “locutor” en el grupo serán los únicos que podrán ver el folleto.
- Distribuya los utensilios de escritura.
- Tiene 3 minutos para completar esta actividad en una de dos maneras.
 1. Pida al instructor que describa la imagen y los participantes deberán intentar dibujar la imagen sin espiar o dar ojeadas al dibujo de los otros participantes.
 2. Pida a los participantes agruparse en pares con una persona que actúe como locutor y la otra como receptor. El receptor tratará de dibujar la imagen mientras se describe sin espiar el dibujo de los otros participantes.
- Dialogue con el personal sobre lo que aprendieron con la actividad y cómo pueden mejorar la comunicación en equipo.

De cualquier manera, que se decida hacer la actividad, el locutor deberá describir la imagen como quiera, y el receptor podrá hacer preguntas para clarificación.

Imagina esta forma de comunicación

Instrucciones: El locutor deberá describir la imagen en el folleto. El receptor deberá de intentar dibujar la imagen que se describe sin hacer trampa. Locutores, pueden describir la imagen como ustedes quieran. Tienen 3 minutos para completar la actividad.



Referencias

Institute of Child Nutrition. (2016). *Focus on the customer for school nutrition staff online course*.

<https://theicn.docebosaas.com/learn/course/external/view/elearning/59/FocusontheCustomerforSchoolNutritionStaff>

Institute of Child Nutrition. (2017). *Customer service, merchandising, and food presentation*. : <https://theicn.org/icn-resources-a-z/orientation-to-school-nutrition-management/>

Institute of Child Nutrition. (2017). *Picture this communication activity*.
<https://theicn.org/icn-resources-a-z/tools-and-tips-for-trainers/>

United States Department of Agriculture. (2015). *Professional standards for school nutrition professionals*. <https://www.fns.usda.gov/school-meals/professional-standards>



The University of Mississippi
School of Applied Sciences

800-321-3054
www.theicn.org