

## Manager's Corner



# Creando una experiencia positiva al cliente

### 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**

**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: Conociendo a tu cliente*. 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](mailto:helpdesk@theicn.org).**

11 Febrero, 2020

## Índice

Estándares profesionales.....	1
Introducción.....	1
Descripción general de la lección.....	2
Preguntas para el personal .....	3
Actividad: ¿Qué tan bien conoces a tu cliente? .....	4
Referencias .....	7



## Estándares profesionales

### COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD – 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.**

4140 – Destrezas de comunicación  
Desarrollar destrezas de comunicación.

## Introducción

*Recursos del Gerente: Conociendo a tu cliente* está diseñado para empoderar gerentes a usar 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:** Identificar quiénes son sus clientes y cómo determinar sus necesidades y expectativas.

**Información contextual:** Su primer cliente es el estudiante. El satisfacer las necesidades y expectativas del estudiante se puede lograr a través de:

- Ver al estudiante como cliente.
- Reconocer la diversidad de los estudiantes.
- Identificar las necesidades y expectativas de los estudiantes.

**¿Por qué es importante?** Uno de los objetivos del programa de nutrición escolar es satisfacer las necesidades y expectativas del cliente principal. Los estudiantes son individuos diversos con necesidades y expectativas igualmente diversas. Su experiencia es un factor en determinar si son y permanecerán un cliente consistente.

## Preguntas para el personal

- **¿Quiénes son los clientes principales y quienes son los clientes secundarios?**

**Respuesta:** Los estudiantes son los clientes principales, y los maestros, padres, la administración escolar y la comunidad son clientes secundarios.

- **¿Qué hay de los estudiantes que no comen en la cafetería? ¿Son clientes?**

**Respuesta:** Sí. Todos los estudiantes son clientes potenciales. La experiencia de los clientes es un factor que contribuye a ver si van a comer en la cafetería y si continuarán comiendo en la cafetería.

- **¿Qué hay de los estudiantes que son elegibles para comidas gratis pero no comen desayuno? ¿Son clientes?**

**Respuesta:** Sí. También son clientes potenciales.

- **¿A qué nos referimos cuando decimos *vea a los estudiantes como clientes*?**

**Respuesta:** El programa de nutrición escolar es un negocio, y sus clientes principales son los estudiantes. Cada estudiante en la escuela es un cliente potencial. El equipo de nutrición escolar necesita tener una mejor comprensión de sus clientes y lo que está pasando en el mundo de sus clientes. El equipo también tiene que ver a sus clientes como individuos, no como grupo. Colóquese al otro lado de la línea de servicio y observe lo que los estudiantes ven cuando pasan por la línea. ¿Qué ve? Debería de ser una línea limpia con comidas coloridas que se vean y huelan bien.

- **¿Puede reconocer la diversidad de los estudiantes?**

**Respuesta:** Hay muchos factores a considerar al determinar la diversidad de los estudiantes. Estos factores incluyen género, edad, cultura y raza. El reconocer la diversidad de los estudiantes le ayuda a desarrollar estrategias y actividades que satisfagan sus necesidades. Las necesidades físicas difieren entre aquellos en primer grado y sexto grado, como también sus necesidades sociales y de comportamiento. El entender las necesidades y expectativas de tantos estudiantes en su escuela es la clave para construir un programa de nutrición escolar exitoso.

- **¿Cuáles son algunas de las necesidades y expectativas de nuestros estudiantes?**

**Respuestas posibles pueden incluir:**

- El mismo nivel de servicio al cliente como cuando comen en restaurante
- Recibiéndolos con una sonrisa acogedora y un saludo amigable
- Sugiriéndoles comer frutas y verduras o probar un nuevo elemento del menú
- Descripciones emocionantes de la comida que se ofrece

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

## Actividad: ¿Qué tan bien conoces a tu cliente?

**Materiales de la actividad incluidos en este documento:**

- ¿Qué tan bien conoces a tu cliente?
- ¿Qué tan bien conoces a tu cliente? – Clave de respuestas

**Materiales provistos por la operación nutricional de la escuela:**

- Copias de los folletos
- Utensilios de escritura

**Instrucciones de la actividad:**

- Imprima los folletos y las hojas de trabajo
- Distribuya la actividad **¿Qué tan bien conoces a tu cliente?** y los utensilios de escritura.
- Complete la actividad.
- Al final de la actividad, discuta las respuestas correctas.



## ¿Qué tan bien conoces a tu cliente?

**Instrucciones:** Circule la mejor respuesta a las siguientes afirmaciones.

1. Los estudiantes siempre saben lo que quieren comer y no deberían de ser alentados a probar un nuevo alimento.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
2. Los clientes de nutrición escolar en todas las escuelas varían en edad, género, cultura y raza.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
3. El término “diversidad”, cuando se aplica a los clientes que son estudiantes, se refiere a sus diferencias.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
4. El cliente principal del programa de comidas escolares es el personal administrativo de la escuela.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
5. Los estudiantes quieren ser servidos por un equipo de nutrición amigable y hospitalario.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
6. Los estudiantes pueden esperar un excelente servicio al cliente por parte del equipo de nutrición.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
7. Los estudiantes que comen fuera de la cafetería escolar no son considerados clientes potenciales.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
8. Debería de ver a los estudiantes, a los que se le sirve, como grupo y no como individuos.
  - a. Verdadero
  - b. Falso

## ¿Qué tan bien conoces a tu cliente? – Clave de respuestas

**instrucciones:** Circule la mejor respuesta a las siguientes afirmaciones.

1. Los estudiantes siempre saben lo que quieren comer y no deberían de ser alentados a probar un nuevo alimento.
  - a. Verdadero
  - b. Falso**
2. Los clientes de nutrición escolar en todas las escuelas varían en edad, género, cultura y raza.
  - a. Verdadero**
  - b. Falso
3. El término “diversidad”, cuando se aplica a los clientes que son estudiantes, se refiere a sus diferencias.
  - a. Verdadero**
  - b. Falso
4. El cliente principal del programa de comidas escolares es el personal administrativo de la escuela.
  - a. Verdadero
  - b. Falso**
5. Los estudiantes quieren ser servidos por un equipo de nutrición amigable y hospitalario.
  - a. Verdadero**
  - b. Falso
6. Los estudiantes pueden esperar un excelente servicio al cliente por parte del equipo de nutrición.
  - a. Verdadero**
  - b. Falso
7. Los estudiantes que comen fuera de la cafetería escolar no son considerados clientes potenciales.
  - a. Verdadero
  - b. Falso**
8. Debería de ver a los estudiantes a los que se le sirve como grupo y no como individuos.
  - a. Verdadero
  - b. Falso**

## 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*. University, MS: Author.

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](http://www.theicn.org)