

**ASIGNATURA DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO**

<b>1. Competencias</b>	Promover el ahorro y educación cooperativa y financiera, mediante acciones de capacitación y la oferta de productos y servicios de ahorro e inversión, para fomentar el crecimiento económico regional, y la cultura del cooperativismo, ahorro y préstamo.
<b>2. Cuatrimestre</b>	Primero
<b>3. Horas Teóricas</b>	24
<b>4. Horas Prácticas</b>	36
<b>5. Horas Totales</b>	60
<b>6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	4
<b>7. Objetivo de aprendizaje</b>	El alumno evaluará el servicio de atención y la satisfacción del cliente/socio, mediante técnicas y herramientas cuantitativas y cualitativas, para proponer estrategias de captación, retención y recuperación de clientes/socios.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
<b>I. Introducción</b>	8	12	20
<b>II. Proceso de atención al cliente</b>	8	12	20
<b>III. Evaluación de la satisfacción del cliente</b>	8	12	20
<b>Totales</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>60</b>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

## COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

### UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de aprendizaje</b>	<b>I. Introducción</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	8
<b>3. Horas Prácticas</b>	12
<b>4. Horas Totales</b>	20
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno identificará los principios básicos de atención al cliente, importancia de la calidad en el servicio, habilidades sociales y gestión de quejas y reclamos para brindar un servicio que cumpla con las expectativas y necesidades de los clientes/socios.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Principios básicos de atención al cliente.	Definir el concepto de cliente y servicio al cliente. Identificar los siete principios básicos de atención al cliente según Karl Albrecht. Identificar la diferencia entre atención al cliente y servicio al cliente.		Analítico Autodidacta Comunicación Trabajo en equipo

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Calidad en el servicio y atención al cliente.	<p>Describir el concepto de calidad en el servicio, calidad en la atención al cliente.</p> <p>Identificar la importancia y características del servicio de calidad.</p> <p>Relacionar los protagonistas de la calidad en la atención al cliente: estrategias, los sistemas, la gente y el cliente.</p> <p>Comparar los costos de no dar calidad al cliente.</p> <p>Explicar las ventajas de atender mejor al cliente.</p>		<p>Amabilidad</p> <p>Analítico</p> <p>Autodidacta</p> <p>Facilidad de palabra</p> <p>Intuitivo</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Introducción al modelo de gestión de clientes.	<p>Identificar la importancia de implementar una gestión de clientes.</p> <p>Identificar el Modelo de gestión de clientes (Loyalty Creation Model) y los conceptos que debe incluir para establecer las conexiones: captación, repetición, la relación, la vinculación, conocimiento y evaluación del cliente y seguimiento.</p>		<p>Amabilidad</p> <p>Analítico</p> <p>Autodidacta</p> <p>Facilidad de palabra</p> <p>Intuitivo</p> <p>Trabajo en equipo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Habilidades sociales en la prestación del servicio al cliente.	Describir las habilidades sociales en la prestación del servicio al cliente: escuchar activamente, empatizar, hacer preguntas, ser positivo y compensador, resumir y reorientar conversaciones, hacer reír, hacer peticiones de manera adecuada, recibir elogios, expresar emociones, habilidades de negociación.	Demostrar las habilidades sociales en la presentación del servicio al cliente.	Actitud de servicio Amabilidad Comunicación Empático Escucha activa Facilidad de palabra Imparcial Intuitivo Respeto Trabajo en equipo
Gestión de quejas y reclamaciones.	Comparar los tipos de clientes: cliente sumiso, cliente agresivo, cliente abusivo, cliente quejumbroso crónico. Explicar los factores aplicados a las quejas y reclamos: saber escuchar, saber disculparse, saber preguntar, saber alinearse con el cliente, saber otorgar compensación, saber examinar opciones. Explicar el Claims Management (Gestión de las reclamaciones): para crear dentro de la empresa un defensor del cliente.	Predecir las expectativas del cliente.  Demostrar que el saludo y sus principios son un elemento clave para sintonizar al cliente.	Actitud de servicio Amabilidad Comunicación Empático Escucha activa Facilidad de palabra Imparcial Intuitivo Respeto Trabajo en equipo

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

## COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

### PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso de una cooperativa realiza un reporte de evaluación que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Calidad en la atención al cliente.</li> <li>-Implementación de las habilidades sociales en la prestación del servicio.</li> <li>-Factores aplicados a las quejas y reclamos.</li> <li>-Propuesta de mejora.</li> <li>-Conclusiones.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Comprender el concepto de cliente y servicio al cliente y la diferencia entre ellos.</li> <li>2.- Comprender el concepto de calidad en el servicio, su importancia y características.</li> <li>3.-Analizar los costos de no dar calidad al cliente y sus ventajas de un mejor servicio.</li> <li>4.- Analizar los tipos de clientes y los factores aplicados a las quejas y reclamos.</li> </ol>	<p>Análisis de casos Rúbrica</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

# COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Investigación Prácticas en empresas Juego de roles	Equipo de computo Proyector Material audiovisual Pintarrón Impresos Guía de entrevista Manuales de procedimiento

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

# COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de aprendizaje</b>	<b>II. Proceso de atención al cliente</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	8
<b>3. Horas Prácticas</b>	12
<b>4. Horas Totales</b>	20
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno desarrollará el manual de atención y servicio a clientes que permitan lograr la satisfacción del mismo.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Contacto con el cliente.	<p>Identificar las expectativas del cliente. Reconocer el saludo como elemento clave para sintonizar con el cliente.</p> <p>Explicar los principios en la recepción del cliente: importancia de la mirada, calidez del saludo, eliminar preocupaciones personales, conseguir la atención desde el principio del contacto, dirigirse al cliente antes de que reclame nuestra atención.</p>	<p>Predecir las expectativas del cliente.</p> <p>Demostrar que el saludo y sus principios son un elemento clave para sintonizar al cliente.</p>	<p>Actitud de servicio Amabilidad Comunicación Empático Escucha activa Facilidad de palabra Imparcial Intuitivo Respeto Trabajo en equipo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Obtención de información.	Diferenciar la obtención de la información a través de preguntas abiertas, preguntas cerradas y preguntas cerradas alternativas.  Describir los requisitos para la conversación con el cliente: hablar en singular como si fuera único, sustituir la forma negativa por la positiva en las exposiciones, emplear el tiempo presente no el futuro, no dar rodeos innecesarios.	Formular preguntas abiertas, preguntas cerradas y preguntas cerradas alternativas.  Desarrollar los requisitos para la conversación con el cliente.	Actitud de servicio Amabilidad Comunicación Empático Escucha activa Facilidad de palabra Respeto Trabajo en equipo
Resolución.	Explicar los pasos para arreglar los problemas de atención al cliente: escuchar, evaluar, preguntar, ofrecer soluciones y seguimiento.	Realizar los pasos para arreglar los problemas de atención al cliente.	Actitud de servicio Amabilidad Comunicación Empático Escucha activa Facilidad de palabra Respeto Trabajo en equipo
Finalización.	Identificar los elementos de la finalización de una venta. Identificar las expectativas y motivaciones del cliente.	Establecer los elementos, expectativas y motivaciones del cliente y/o socio de una institución financiera.	Analítico Organizado Disciplinado

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Proceso de reclamaciones.	<p>Describir las buenas prácticas de las quejas, reclamos y sugerencias de clientes.</p> <p>Identificar los tipos de reclamos.</p> <p>Enlistar el proceso de reclamaciones.</p> <p>Identificar las políticas de la institución para determinar la procedencia o no de las reclamaciones.</p> <p>Explicar el procedimiento para seguimiento de reclamaciones.</p>	<p>Establecer las buenas prácticas de las quejas, reclamos y sugerencias de clientes usando un caso práctico.</p> <p>Determinar el tipo de reclamo de los clientes/socios para evaluar si procede y su posible canalización.</p>	<p>Habilidades de gestión de la información</p> <p>Razonamiento lógico</p> <p>Comunicación asertiva</p> <p>Manejo ético de la información.</p>
Tratamiento de quejas y reclamaciones.	<p>Explicar las estrategias para el tratamiento de quejas y reclamaciones.</p> <p>Enlistar el procedimiento del tratamiento de quejas.</p> <p>Identificar el concepto y proceso para manejo de objeciones.</p> <p>Identificar las políticas de la institución para determinar la procedencia o no de las quejas.</p> <p>Explicar el procedimiento para seguimiento de quejas.</p>	<p>Diseñar estrategias para la atención de quejas y reclamaciones.</p> <p>Desarrollar el procedimiento del tratamiento de quejas.</p> <p>Proponer estrategias para el manejo de objeciones.</p>	<p>Analítico</p> <p>Ordenado</p> <p>Disciplinado</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

# COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una simulación de cooperativa, realizar un manual de atención y servicio al cliente que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Índice</li> <li>-Introducción: objetivo, alcance y uso.</li> <li>-Proceso de atención al cliente                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Contacto con el cliente</li> <li>b) Obtención de información</li> <li>c) Resolución</li> <li>d) Finalización</li> <li>e) Proceso de reclamaciones</li> <li>f) Tratamiento de quejas y reclamaciones.</li> </ul> </li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Identificar las expectativas y motivaciones del cliente.</li> <li>2.-Describir las buenas prácticas del manejo de las quejas, reclamos y sugerencias de clientes.</li> <li>3.- Comprender las etapas del proceso de reclamaciones.</li> </ol>	<p>Ensayo Rúbrica</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

# COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Discusión en grupos Método de casos Equipos colaborativos	Proyector Computadora Impresos Guía de entrevista

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

# COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de aprendizaje</b>	<b>III. Evaluación de la satisfacción del cliente</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	8
<b>3. Horas Prácticas</b>	12
<b>4. Horas Totales</b>	20
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno evaluará la satisfacción del cliente/socio para proponer estrategias de captación y retención.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Técnicas de obtención de información.	Diferenciar las técnicas de obtención de información: Técnicas cualitativas: entrevista en profundidad, Grupo de discusión (focus group), entrevista semi-estructurada. Técnica cuantitativas: Entrevista personal (cara-cara), Entrevista telefónica, Entrevista en postal, Panel de informadores, Compra fingida (mystery shopping), grabación de conversación telefónica.	Seleccionar una técnica de obtención de información de acuerdo a las características del servicio y requisitos de la evaluación.	Ordenado Habilidad de gestión de la información Autodidacta Analítico

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Fidelización, retención, lealtad y recuperación del cliente.	Distinguir los términos de fidelización, lealtad y recuperación del cliente. Describir las técnicas de retención de clientes Explicar las estrategias de fidelización de clientes. Reconocer los métodos de recuperación de clientes. Describir las estrategias para la fidelización, lealtad y recuperación de clientes.	Proponer estrategias para la fidelización, lealtad y recuperación de clientes.	Analítico Organizado Disciplinado Autodidacta Habilidades de gestión de la información Resolución de problemas Comunicación asertiva Manejo ético de la información.
Modelo de captación y de repetición.	Nombrar las técnicas de captación de clientes. Indicar el ciclo de vida de los clientes: obtención, conversión, mantenimiento, monetización.	Seleccionar una técnica de captación de cliente.  Caracterizar clientes en función del ciclo de vida.	Analítico Organizado Disciplinado Autodidacta Habilidades de gestión de la información Resolución de problemas Comunicación asertiva Manejo ético de la información.

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Nuevos clientes por recomendación.	Explicar el concepto de marketing de recomendación. Identificar las técnicas de mercadeo por recomendación.	Proponer estrategias de recomendación de clientes.	Analítico Organizado Disciplinado Autodidacta Habilidades de gestión de la información Resolución de problemas Comunicación asertiva Manejo ético de la información.

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

# COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Escribir, a partir de un caso de estudio, un informe de captación y retención de clientes donde establezca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección e implementación de herramientas para medir la satisfacción del cliente</li> <li>- Propuesta de estrategias para la fidelización, retención, lealtad y recuperación del cliente</li> <li>- Propuesta de estrategias de captación y de repetición</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Diferenciar las técnicas de obtención de información</li> <li>2.- Distinguir los términos de fidelización, lealtad y recuperación del cliente.</li> <li>3.- Comprender las técnicas de captación de clientes</li> <li>4.- Explicar el concepto de marketing de recomendación.</li> <li>5.- Proponer estrategias para la captación y retención del cliente</li> </ol>	<p>Análisis de caso Rúbrica</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

# COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Discusión en grupos Método de casos Equipos colaborativos	Proyector Computadora Impresos Guías de entrevistas

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

## COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

### CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Evaluar las necesidades del socio y capacidad de pago con base en su información financiera y crediticia, un estudio socioeconómico, solvencia moral, características del proyecto y de acuerdo con el procedimiento establecido, para determinar la solvencia de pago y viabilidad de otorgamiento.</p>	<p>Elabora un dictamen con el propósito de evaluar a los sujetos de crédito con base en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisión de base de datos de socios</li> <li>- Consulta del buró de crédito del prospecto previa autorización del socio</li> <li>- Estudio socioeconómico</li> <li>- Valida garantías entregadas o descritas</li> <li>- Preanálisis de información financiera y cumplimiento de requisitos del socio</li> <li>- Validación de la información previamente recopilada</li> <li>- Canalización al departamento correspondiente</li> </ul>
<p>Elaborar programa de colocación con base en la oferta de servicios y productos crediticios para contribuir al bienestar social y al logro de las metas institucionales.</p>	<p>Diseña un programa de ventas para servicios crediticios que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descripción de los productos o servicios</li> <li>- Mercado meta</li> <li>- Objetivos y metas</li> <li>- Recursos necesarios (financieros, materiales, humanos y tecnológicos)</li> <li>- Estrategias de venta</li> <li>- Medios de difusión y promoción</li> <li>- Presentación del Plan</li> <li>- Validación del plan</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Ofertar productos y servicios financieros complementarios mediante acciones de asesoría financiera para cubrir las necesidades del socio, la captación de nueva cartera y optimizar sus operaciones financieras y promover la cultura de la prevención y el bienestar.</p>	<p>Integra portafolio de información de productos y servicios complementarios: folletos, casos de éxito, catálogo de productos y servicios, videos, medios digitales, entre otros.</p> <p>Realiza la presentación de los productos y servicios complementarios, conforme al plan de ventas establecido exponiendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gama de servicios y productos complementarios</li> <li>- Objetivos</li> <li>- Comparativo con la competencia</li> <li>- Ventajas (Certificaciones, reconocimiento, SGC)</li> <li>- Persuade utilizando técnicas de mercadotecnia</li> <li>- Presenta casos de éxito</li> <li>- Orienta la elección del producto o servicio complementario acorde a las características y necesidades del socio</li> <li>- Requisitos para la solicitud y otorgación del servicio o producto complementario</li> </ul>
<p>Colocar productos financieros complementarios mediante técnicas de ventas y negociación, a través de comunicación efectiva destacando las ventajas competitivas y beneficios de las instituciones cooperativas de ahorro y crédito, para contribuir al logro de las metas institucionales y al desarrollo económico y social y promover la cultura de la prevención y el bienestar.</p>	<p>Ejecuta un proceso de venta de servicios crediticios en el cual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- contacta al socio y se presenta</li> <li>- describe el objetivo por el cual se comunica</li> <li>- describe y ofrece los productos y servicios complementario</li> <li>- integra el expediente del socio, de acuerdo con el procedimiento y normatividad aplicable</li> <li>- analiza el cumplimiento de las condiciones y requisito para el producto o servicio complementario</li> <li>- informa el otorgamiento del producto o servicio</li> <li>- verifica la entrega del producto o servicio</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Brindar atención y seguimiento a socios, mediante procedimientos de servicio posventa y destacando los beneficios del ahorro e inversión, para promover la lealtad de los socios y la cultura de la prevención y el bienestar.</p>	<p>Ejecuta el proceso de servicio postventa de productos servicios complementarios en el cual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacta al socio</li> <li>- Da seguimiento a la satisfacción del socio en cuanto a la atención recibida y al producto o servicio complementario</li> <li>- Otorga retroalimentación al socio sobre el estado que guardan las recomendaciones y productos ofrecidos</li> <li>- Atiende dudas</li> <li>- Motivar e incentivar al socio para generar lealtad en futuros proyectos</li> <li>- Recomienda nuevos productos y servicios</li> <li>- Reconocer la participación del socio en cuanto a la adquisición y operación de los servicios complementarios</li> <li>- Verifica que cada transacción realizada cumpla con las leyes aplicables</li> </ul> <p>e integra el reporte de resultados para análisis estadístico de la institución, toma de decisiones y de crecimiento de los socios.</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	

## COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL SOCIO

### FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Luis Gregorio Carvajal Martín	2019	<i>Atención al cliente</i>	España	España	Editex
Soledad Carrasco Fernández	2018	<i>Guía Práctica de Atención al Cliente</i>	Madrid	España	Paraninfo
María Palomo Martínez	2014	<i>Atención al Cliente</i>	Madrid	España	Paraninfo
Ileana Olvera Romero; A. Oliver Scherer Leibold		<i>El Cliente y la calidad en el Servicio</i>			Trillas
Lorena Agüero Cobo		<i>Estrategias de fidelización de clientes</i>			
John A. Goodman		<i>Atención Estratégica al Cliente</i>			Pluma Digital

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Asesor Financiero Cooperativo.	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2020	