



Programa de estudios del módulo

Atención y servicio a clientes

Currículum Laboral

Áreas:

Electricidad y electrónica.

Mantenimiento e instalación.

Producción y transformación.

Tecnología y transporte.

Carreras:

Profesional Técnico-Bachiller en Administración, Asistente directivo, Autotransporte, Autotrónica, Electricidad industrial, Electromecánica industrial, Expresión gráfica digital, Fuentes alternas de energía, Laministería y recubrimiento de las aeronaves, Mantenimiento automotriz, Mantenimiento de motores y planeadores, Mantenimiento de sistemas automáticos, Mantenimiento de sistemas electrónicos, Mecatrónica, Motores a diésel, Procesamiento industrial de alimentos, Refrigeración y climatización, Sistemas electrónicos de aviación, Soporte y mantenimiento de equipo de cómputo, Telecomunicaciones.

5º semestre.

Editor: Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Módulo: Atención y servicio a clientes.

Áreas: Contaduría y administración, Electricidad y electrónica, Mantenimiento e instalación, Producción y transformación, Tecnología y transporte.

Carreras: PT-B en Administración, Asistente directivo, Autotransporte, Autotrónica, Electricidad industrial, Electromecánica industrial, Expresión gráfica digital, Fuentes alternas de energía, Laministería y recubrimiento de las aeronaves, Mantenimiento automotriz, Mantenimiento de motores y planeadores, Mantenimiento de sistemas automáticos, Mantenimiento de sistemas electrónicos, Mecatrónica, Motores a diésel, Procesamiento industrial de alimentos, Refrigeración y climatización, Sistemas electrónicos de aviación, Soporte y mantenimiento de equipo de cómputo, Telecomunicaciones.

Semestre: Quinto

Horas por semana: 5

Fecha de diseño o actualización: 28 de abril de 2025.

Vigencia: a partir de la aprobación de la Junta Directiva y en tanto no se genere un documento que lo actualice.

© Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica. Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, sin autorización por escrito del CONALEP.

Directorio

Rodrigo Alejandro Rojas Navarrete
Dirección General

Ana María Rosas Muciño
Secretaría Académica

Patricia Alejandra Bernal Monzón
Dirección de Diseño Curricular

Atención y servicio a clientes

Contenido	Pág.
Capítulo I: Generalidades del Profesional Técnico-Bachiller	
1.1 Marco Curricular Común de la Educación Media Superior	5
1.2 Objetivo de la carrera	6
Capítulo II: Aspectos específicos del módulo	
2.1 Presentación	10
2.2 Propósito del módulo	11
2.3 Mapa del módulo	12
2.4 Unidades de aprendizaje	13
2.5 Referencias	18

CAPÍTULO I: Generalidades del Profesional Técnico-Bachiller

1.1 Marco Curricular Común de la Educación Media Superior

El Marco Curricular Común de la Educación Media Superior propone una apuesta curricular centrada en el desarrollo integral de las y los adolescentes y jóvenes, con la finalidad de formar estudiantes capaces de conducir su vida hacia su futuro con bienestar y satisfacción; con sentido de pertenencia social, conscientes de los problemas sociales, económicos y políticos que aquejan al país, dispuestos a participar de manera responsable y con toma de decisión hacia los procesos de la democracia participativa y compromiso por generar soluciones de las problemáticas que los aquejan y que tengan la capacidad de aprender a aprender en el trayecto de su vida. Que sean adolescentes y jóvenes capaces de erigirse como agentes de transformación social y que fomenten una cultura de paz y de respeto hacia la diversidad social, sexual, política y étnica; solidarios y empáticos.

A través del currículum laboral, el Profesional Técnico-Bachiller desarrollará competencias laborales extendidas pertinentes, buscando la transversalidad con los módulos del currículum fundamental y ampliado; permitiendo con ello desarrollar conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores que le permitan comprender los procesos productivos en los que está involucrado para enriquecerlos, transformarlos, resolver problemas, ejercer la toma de decisiones y desempeñarse en diferentes ambientes laborales, con una actitud creadora, crítica, responsable y propositiva; de la misma manera, fomenta el trabajo en equipo, colaborativo, el desarrollo pleno de su potencial en los ámbitos profesional, personal, así como la convivencia de manera armónica con el medio ambiente y la sociedad.

1.2 Objetivos de las carreras

PT-B en Administración

Realizar funciones relacionadas con los procesos de planeación, organización, integración, dirección y control para la optimización de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales en la compra, venta, producción o prestación de servicios de las organizaciones.

PT-B Asistente directivo

Asistir al directivo en las funciones encomendadas con base en el proceso administrativo para optimizar, eficientar y agilizar los recursos con los que cuenta la oficina.

PT-B en Autotransporte

Brindar los servicios de operación de vehículos automotrices en las áreas de transporte de pasaje y carga nacional e internacional, considerando las necesidades de confort, seguridad y confianza del cliente.

PT-B en Autotrónica

Realizar el mantenimiento de sistemas automotrices mecánicos, hidráulicos, eléctricos, controlados principalmente por medios electrónicos, aplicando normas técnicas vigentes, especificaciones y manuales de fabricantes, para lograr el óptimo funcionamiento del vehículo automotriz a gasolina, a diésel e híbrido, así como la satisfacción del cliente.

PT-B en Electricidad Industrial

Realizar servicios de instalación, operación y mantenimiento de las instalaciones eléctricas en diferentes ámbitos, con el fin de realizar los trabajos de manera responsable, honesta, creativa, innovadora, eficiente y competente; adaptándose y anticipándose a los cambios del entorno

PT-B en Electromecánica industrial

Realizar servicios de instalación, operación, diagnóstico y mantenimiento de máquinas, equipos y sistemas electromecánicos, aplicando las normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

PT-B en Expresión gráfica digital

Realizar los servicios relacionados con el dibujo de construcción, dibujo industrial mecánico y comunicación gráfica en los ámbitos digitales presentes en diversos entornos.

PT-B en Fuentes alternas de energía

Realizar los servicios de instalación, operación, mantenimiento, compra – venta y mejora de maquinaria y equipos presentes en la generación de energía, a través de fuentes alternas.

PT-B en Laministería y recubrimiento de las aeronaves

Realizar los servicios de mantenimiento y reparación de las estructuras de las aeronaves, utilizando las especificaciones técnicas, manuales del fabricante, normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

PT-B en Mantenimiento automotriz

Realizar el mantenimiento de sistemas automotrices mecánicos, hidráulicos, eléctricos y electrónicos, aplicando normas técnicas vigentes, especificaciones y manuales de fabricantes, para lograr el óptimo funcionamiento del vehículo automotriz a gasolina o a diésel y la satisfacción del cliente.

PT-B en Mantenimiento de motores y planeadores.

Realizar los servicios de mantenimiento y reparación de las aeronaves, motores, hélices, gobernadores, sistemas y componentes complementarios, utilizando, especificaciones técnicas manuales de fabricante, normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

PT-B en Mantenimiento de sistemas automáticos

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de maquinaria y equipo automático, de acuerdo con las especificaciones técnicas y manuales del fabricante.

PT-B en Mantenimiento de sistemas electrónicos.

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de sistemas y equipos electrónicos, considerando la normatividad vigente y las recomendaciones técnicas del fabricante.

PT-B en Mecatrónica

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y actualización de sistemas mecatrónicos presentes en la industria.

PT-B en Motores a diésel

Realizar los servicios de reparación y mantenimiento a vehículos y unidades a diésel en sus sistemas mecánicos, eléctricos, electrónicos y equipo complementario, utilizando las especificaciones técnicas de los manuales del fabricante y aplicando las normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

PT-B en Procesamiento industrial de alimentos

Supervisar la producción industrial de alimentos, realizando las operaciones de acondicionamiento de materias primas, análisis de laboratorio, procesamiento y control de la producción, desde la recepción de la materia prima hasta la transformación y acabado del producto, aplicando las normas técnicas y los procedimientos establecidos en el sector industrial y social.

PT-B en Refrigeración y climatización

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico y mantenimiento de equipos y sistemas de refrigeración y aire acondicionado aplicando las normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

PT-B en Sistemas electrónicos de aviación

Realizar los servicios de mantenimiento y reparación de los sistemas eléctricos y electrónicos de las aeronaves, de los motores, de sistemas y de los componentes, utilizando las especificaciones técnicas, manuales del fabricante, normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

PT-B en Soporte y mantenimiento de equipo de cómputo

Realizar los servicios de instalación, configuración, operación, mantenimiento y actualización de equipo, dispositivos periféricos, sistemas y redes de computadoras, incorporando tecnologías de vanguardia.

PT-B en Telecomunicaciones

Realizar servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de equipo, sistemas y redes de telecomunicación implementados con diversas tecnologías.

CAPÍTULO II: Aspectos específicos del módulo

2.1 Presentación

El módulo de “**Atención y servicio a clientes**” corresponde al trayecto técnico Operación del proceso de ventas, se imparte en el quinto semestre en las carreras de Profesional Técnico-Bachiller en Administración, Asistente directivo, Autotransporte, Autotrónica, Electricidad industrial, Electromecánica industrial, Expresión gráfica digital, Fuentes alternas de energía, Laministería y recubrimiento de las aeronaves, Mantenimiento automotriz, Mantenimiento de motores y planeadores, Mantenimiento de sistemas automáticos, Mantenimiento de sistemas electrónicos, Mecatrónica, Motores a diésel, Procesamiento industrial de alimentos, Refrigeración y climatización, Sistemas electrónicos de aviación, Soporte y mantenimiento de equipo de cómputo, Telecomunicaciones. Tiene como finalidad que la o el alumno proporcione servicio y atención al cliente mediante la mejora de la presentación de los productos y la evaluación de la calidad del servicio, aplicando indicadores de gestión para la mejora continua.

Está conformado por dos unidades de aprendizaje. La primera integra los elementos que le permitirán al alumno mejorar la presentación y planear la transportación de un producto, con la finalidad de mantener satisfechos a los clientes. La segunda se refiere a la evaluación de la satisfacción del consumidor de acuerdo con indicadores de gestión, basados en la calidad.

La contribución del módulo es desarrollar competencias profesionales esenciales para su perfil de egreso y para su inserción laboral, incluyendo conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores que se integran y relacionan con otros módulos del plan de estudios, como son: Administración de crédito y cobranza, Manejo de procesos mercadotécnicos, Manejo del proceso mercantil, Administración del proceso de compraventa y Aplicación de estándares de calidad.

La tarea educativa tendrá que diversificarse, a fin de que el personal docente realice funciones preceptoras, que consistirán en la guía y acompañamiento del alumnado durante su proceso de formación académica y personal y en la definición de estrategias de participación que le permitan incorporar a su familia en un esquema de corresponsabilidad que coadyuve a su desarrollo integral; por tal motivo, deberá destinar tiempo dentro de cada unidad para brindar este apoyo a la labor educativa de acuerdo con el Programa de Preceptorías.

Por otro lado, el alumnado deberá gestionar su aprendizaje, a fin de distribuir su tiempo para dedicar un porcentaje de la duración del módulo al estudio independiente, para reforzar el conocimiento previo o adquirido en clase, de tal forma que obtengan hábitos de estudio que le permitan ser autodidacta.

Finalmente, es necesario que al concluir cada resultado de aprendizaje se considere una sesión de clase en la cual se realice la recapitulación de los aprendizajes logrados, con el propósito de verificar que éstos se han alcanzado o, en caso contrario, determinar las acciones de mejora pertinentes. Cabe señalar que en esta sesión el alumno o la alumna que haya obtenido insuficiencia en sus actividades de evaluación o desee mejorar su resultado, tendrá la oportunidad de entregar nuevas evidencias.

2.2 Propósito del módulo

Proporcionar servicio y atención al cliente mediante la mejora de la presentación de los productos y la evaluación de la calidad del servicio con la finalidad de mantener satisfechos a los clientes.

2.3 Mapa del módulo

Nombre del módulo	Unidad de aprendizaje	Resultado de aprendizaje
<p>Atención y servicio a clientes</p> <p>90 horas</p>	<p>1. Estrategias mercadotécnicas para mejorar la presentación de un producto a satisfacción de los clientes.</p> <p>48 horas</p>	<p>1.1 Identifica los tipos de servicios a clientes usados para apoyar la venta de un producto y los que son centros de utilidad de acuerdo con sus características.</p> <p>23 horas</p>
		<p>1.2 Aplica estrategias de presentación mediante el manejo de los colores para mejorar la venta de un producto.</p> <p>25 horas</p>
	<p>2. Evaluación de los servicios y/o productos ofrecidos al cliente</p> <p>42 horas</p>	<p>2.1 Aplica las políticas de venta y pago establecidas por la empresa atendiendo a la temporalidad en que se generan.</p> <p>25 horas</p>
		<p>2.2 Valora la satisfacción del cliente, la calidad del servicio y el compromiso de los empleados mediante indicadores de gestión</p> <p>17 horas</p>

2.4 Unidades de aprendizaje

Unidad de aprendizaje:	1. Estrategias mercadotécnicas para mejorar la presentación de un producto a satisfacción de los clientes.	48 horas
Propósito de la unidad	Realizar el control en la venta de un producto y/o servicio, mediante estrategias mercadotécnicas de presentación, para satisfacer las necesidades de los clientes o consumidores del mercado.	
Resultado de aprendizaje:	1.1 Identifica los tipos de servicios a clientes usados para apoyar la venta de un producto y los que son centros de utilidad de acuerdo con sus características.	23 horas

Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
1.1.1 Elaborar una tabla comparativa entre centros de utilidad y centros de apoyo, que considere: <ul style="list-style-type: none"> • Concepto • Categorías • Diferencia entre ambos 	<ul style="list-style-type: none"> • Tabla comparativa 	20%	A. Identificación de los tipos de servicios a clientes <ul style="list-style-type: none"> • Definición de servicios a clientes • Importancia del servicio al cliente • Tipo de servicios <ul style="list-style-type: none"> - Centros de utilidad - Servicios de apoyo B. Identificación de las categorías de servicios <ul style="list-style-type: none"> • De crédito • De manejo de mercancías • De atención a los clientes • De información y consulta • Para comodidad de los clientes en sus compras

Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.

Resultado de aprendizaje:	1.2. Aplica estrategias de presentación mediante el manejo de los colores para mejorar la venta de un producto.	25 horas
----------------------------------	--	-----------------

Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>1.2.1. Elaborar un documento escrito que contenga las estrategias de presentación para los clientes de cualquier producto que el alumno elija, tomando en consideración:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Color • Empaque • Embalaje • Medio de transportación 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento escrito con estrategias. 	25%	<p>A. Presentación del Producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar el producto por medio del empaque • Conexión entre los consumidores y el color <ul style="list-style-type: none"> - Azul - Rojo - Amarillo - Naranja - Verde - Púrpura - Rosa - Negro - Blanco • Packaging moderno • Pruebas de resistencia de materiales de empaque <ul style="list-style-type: none"> - De impacto vertical y horizontal - De vibración - Fisiológicas - De transporte simulado - Prueba comercial completa • Embalaje para distribución <ul style="list-style-type: none"> - Funciones del embalaje - Tipos de embalaje <p>B. Importancia del manejo de materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daños a partes y productos • Clientes inconformes • Pérdidas

Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.

Unidad de aprendizaje:	2. Evaluación de los servicios y/o productos ofrecidos al cliente	42 horas
Propósito de la unidad	Evaluar los servicios y/o productos ofrecidos al cliente, de acuerdo con las políticas de venta de la empresa para dar cumplimiento a la cadena de suministro.	
Resultado de aprendizaje:	2.1. Aplica las políticas de venta y pago establecidas por la empresa atendiendo a la temporalidad en que se generan.	25 horas

Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>2.1.1 Desarrolla una simulación, en equipo, acerca de la aplicación de las políticas y formas de pago que, de una empresa, en donde se realice:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de las políticas de venta y pago de una empresa ficticia. • Definición del producto a vender y sus características, tipo de compradores. • Tipos de servicios adicionales o complementarios. • Representación de las etapas de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guion de representación • Descripción. 	35%	<p>A. Identificación de los elementos de servicio al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antes de la venta <ul style="list-style-type: none"> - Política de servicio al cliente - Adecuada estructura organizativa - Flexibilidad del sistema - Servicios de gestión y apoyo • Durante la venta <ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de la existencia - Información de pedidos - Transporte - Sustitución de producto - Tiempo de atención al cliente • Después de la venta <ul style="list-style-type: none"> - Instalación - Garantía - Trazabilidad del producto - Sustitución temporal de productos. <p>B. Aplicación de las políticas e información de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de ventas <ul style="list-style-type: none"> - Objetivo de vender - Clasificación de los vendedores - Plan de compensación - Etapas del proceso de ventas - Capacitación del personal - Evaluación del desempeño de ventas

Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
			<ul style="list-style-type: none"> • Programa de políticas de ventas <ul style="list-style-type: none"> - A crédito - Al contado - Medio de pago <ul style="list-style-type: none"> ○ Efectivo ○ Tarjeta de crédito o débito ○ Documentos financieros
<p>Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.</p>			

Resultado de aprendizaje:	2.2 Valora la satisfacción del cliente, la calidad del servicio y el compromiso de los empleados mediante indicadores de gestión.	17 horas
----------------------------------	--	-----------------

Actividades de evaluación	Evidencias por recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>2.2.1 Elaboración de un cuestionario para evaluación de la satisfacción del cliente, de acuerdo con las características del producto y empresa de la actividad 2.1.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario elaborado. 	20%	<p>A. Identificación de los indicadores gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normas ISO 9000:2000 <ul style="list-style-type: none"> - ISO 9000 - ISO 9001 - ISO 9004 • SIX SIGMA <p>B. Evaluación de la satisfacción del cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del instrumento <ul style="list-style-type: none"> -Características o elementos -Destinatario • Aplicación • Interpretación

Sesión para recapitulación y entrega de evidencias, al término de cada resultado de aprendizaje.

2.5 Referencias

Básicas:

- Coleman, J. (2018). *Nunca Pierdas un Cliente*. HarperCollins.
- Fertitta, T. (2019). *¡Cállate y escucha!* HarperCollins.
- IBM. (2025). *Principales tendencias de atención al cliente*. Recuperado de <https://www.ibm.com/mx-es/think/insights/customer-service-trends>
- Reason Why. (2024, noviembre 6). *Todas las noticias de Atención al cliente*. Recuperado de <https://www.reasonwhy.es/noticias-sobre/atencion-al-cliente>
- Rojas, J. (2024, octubre 21). *Cinco tendencias en servicio al cliente para 2025 y cómo abordarlas*. Blog de HubSpot. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/service/tendencias-servicio-al-cliente>

Complementarias:

- Cockerell, L. (2013). *El Cliente Primero*. Grupo Planeta.
- Hyken, S. (2011). *El Arte de Cuidar a los Clientes*. Sound Wisdom.