



*Al servicio de tu gusto.*



# GESTIÓN INTEGRAL DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Enero 2023



**BALTIMORE DOMINICANA , BALDOM**

***Al servicio de tu gusto***

Luz Almanzar

Emmy Cleto

Alexandra Peralta

**Universidad Abierta Para Adultos**

**(UAPA)**

Enero 2023

---

## ÍNDICE DE CONTENIDO

---

Introducción	6
Resumen Ejecutivo	7

### SECCIÓN 1: CONTEXTO EMPRESARIAL

1.1 Descripción de la empresa y ubicación	7
1.2 Actividad económica de la empresa	7
1.3 Reseña histórica	7
1.4 Filosofía empresarial	8
1.4.1 Misión	10
1.4.2 Visión	10
1.4.3 Valores	10
1.4.4 Política de Calidad	10
1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente	11
1.6 Estructura de la empresa.	11
1.7 Productos y servicios que ofrece	11

### SECCIÓN 2: CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente	13
2.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.	13
2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente	14
2.4 Modalidades del servicio y atención al cliente.	14
2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial	14
2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico.	14
2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual	17
2.5.1 Conceptualización de cliente, usuario o consumidor.	17
2.5.2 Principales necesidades del cliente al ser atendido.	17
2.5.3. Principales percepciones del cliente a ser atendido.	18
2.5.4 Principales expectativas del cliente al ser atendido.	18
2.5.5 Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendido	18

### SECCIÓN 3: PERFIL DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

3.1 Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial.	20
3.2 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial	20
3.3 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica	21
3.4 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual	24

### SECCIÓN 4: PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

4.1 Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente	27
4.2 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial.	27
4.3 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.	28
Bienvenida y recepción del cliente	28
4.4 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual.	28

### SECCIÓN 5: POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS CLAVES EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

5.1 Conceptualización de políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente	31
5.2 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad presencial	31
5.3 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad telefónica	32
5.4 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad virtual	32
Conclusiones	34
Instrucciones de cómo usar este manual	35
Anexos y Referencias Bibliográficas	36

---

# INTRODUCCIÓN

---

## **Presentación del manual**

El presente manual está elaborado con la finalidad de conocer lo que es la Gestión Integral del Servicio y Atención al Cliente en Baltimore Dominicana (Baldom), nos basamos en realizar una síntesis de lo más importante para crear un documento que contenga la información más relevante para crear mejoras y hacer las experiencias más agradables a los clientes de esta organización.

## **Objetivo o propósito del manual**

El principal objetivo de este proyecto de investigación es servir de guía, para que los miembros de la empresa brinden un servicio de atención al cliente en las modalidades presencial, telefónico y virtual de calidad, así poder ayudar al cliente alcanzar los objetivos de manera rápida y de forma satisfactoria.

## **Importancia y las razones por la que fue creado este manual**

Hablar de Baltimore Dominicana (Baldom) es hablar de satisfacción, de calidad, pero sobre todo de servicio. Este manual ayudará hacer hincapié en la importancia de la empatía de los empleados con los clientes, En él

estará toda la información que los empleados necesitan para crear experiencias gratificantes en cada una de las modalidades ofrecidas.

Cuando se combina esto con un gran compromiso de servir y una mentalidad centrada en el cliente, es más fácil sentar las bases del éxito empresarial.

Al conocer un poco más de lo que es la historia, de cómo Baldom ha trabajado durante más de 50 años para llegar a los hogares de los dominicanos, empezamos a investigar sobre su servicio, sobre los diferentes métodos que utiliza para llegar a cada uno de los clientes y que los mismos se sientan satisfechos.

## **Metodología para desarrollar la guía**

Para recopilar y analizar los datos se utilizó una metodología de investigación mixta: cualitativa y cuantitativa. Para la misma procedimos a utilizar herramientas como la encuesta con preguntas cerradas a 51 participantes, entre clientes directos e indirectos, permitiéndonos usar escalas para medir datos numéricos. También utilizamos el análisis de datos y la revisión de documentos altamente relevantes para el tema abordado.

## RESUMEN EJECUTIVO

---

El manual de Gestión Integral de Servicio y Atención al cliente en Baltimore Dominicana, se enfoca principalmente en las diferentes modalidades que la empresa ofrece servicios, tanto presencial, telefónico, como virtual, con la finalidad de crear mejoras y una guía para que el personal sienta un compromiso tanto con la organización como con el cliente.

Con esta guía buscamos que Baldom pueda transformar el servicio y atención al cliente en empresa, es un documento guía que va dirigido a los colaboradores de la empresa, su finalidad es establecer criterios generales para crear un compromiso de un buen servicio y atención al cliente.

Este manual de Gestión Integral de Servicio y Atención al Cliente en Baltimore Dominicana está dividido en las siguientes sesiones:

### **Contexto Empresarial**

En esta sección conoceremos lo que es la empresa, su historia, ubicación, trayectoria, su filosofía empresarial, objetivos organizacionales enfocados al cliente, su estructura organización y los productos que ofrece.

### **Contexto del servicio y atención al cliente empresarial.**

Aquí se explica que es el servicio y atención al cliente empresarial, la importancia de ofrecer un servicio de calidad, los objetivos que debemos ofrecer en las modalidades presenciales, telefónicas y virtuales. El mercado meta al cual nos estamos dirigiendo, las necesidades que pueden tener los clientes al ser atendidos, su percepción, expectativas y cuáles pueden ser los motivos de su insatisfacción. La segunda sección es amplia, pero con datos muy importantes.

Por su parte, el perfil del proveedor de servicio y atención al cliente, las modalidades que se ofrecen, presencial, telefónico y virtual, el perfil competencial del proveedor, son presentadas en la tercera sección. En la sección cuatro nos encontraremos los tipos de protocolos que debe tener la empresa en el servicio al cliente presencial, telefónico y virtual.

En la sección cinco está dedicada a las políticas estratégicas claves en el Servicio y Atención al Cliente empresarial, en las diferentes modalidades, presencial, virtual y telefónica.



# 1 Contexto Empresarial

## CONTEXTO EMPRESARIAL

---

### 1.1 Descripción de la empresa y ubicación.

Baltimore Dominicana, S.A. Baldom, empresa pertenece al sector Agroindustrial Dominicano. La principal está ubicada en Av. Estrella Sadhalá, Santiago República Dominicana, más dos sucursales ubicadas en Santo Domingo en la Av. Jacobo Majluta como centro de distribución y en la Isabela Guiar las oficinas administrativas de la zona sur. T. 809-575-3256 Stgo, T. 809-530-5347 Sto. Dgo.

### 1.2 Actividad económica de la empresa.

Fabricación y distribución de productos alimenticios.

### 1.3 Reseña histórica.

BALDOM inició sus operaciones desde sus oficinas, instaladas en la calle José María Cabral y Báez, Número 7; supliendo condimentos como: sal de curar, fosfatos, especias y condimentos para salami y jamón, conquistando gran parte de los fabricantes de embutidos del país.

Dos años más tarde, en 1972, se integra al equipo, el Señor Gottfried Bruhn, como vicepresidente, quien junto a los señores: Otto Knupper, Walter Blum, Freddy Espaillat, Eladio Ventura, Nilda Bonilla, Gilda Rafaela Rodríguez, Margarita Ramos, Tancredo Grullón, José Polo, Dignorah Liriano y María Henríquez, constituyeron

el primer grupo de empleados que autorizó el surgimiento de la nueva agroindustria dominicana.

Las fortalezas de cada uno de los miembros de este equipo se concentraron en la fabricación de un producto de calidad que llegará a la cocina de todos los dominicanos, creando el primer producto de la marca "RANCHERO": Sazón Criollo Ranchero. La acogida de la marca, no se hizo esperar por los consumidores quienes también acogieron las marcas: "BALDOM" y "OLI". Con estas tres marcas, la compañía Baltimore Dominicana, S.A. suple al país de los siguientes productos: Mayonesas, Kétchup, Aderezo, Salsas para Ensaladas, Mostaza, Sazones Líquidos, Salsas China e inglesa, Salsa Picante, Encurtidos, Sazonadores en polvo, Gelatinas, Especias y Condimentos.

Debido al crecimiento de la compañía, BALDOM traslada sus instalaciones a la Avenida Estrella Sadhalá, entrada Los Salados Viejos, en Santiago; en julio de 1978. Además de sus marcas, BALDOM ha logrado posicionar en el mercado local otros productos, los cuales son distribuidos por la empresa bajo la marca BALDOM, tales como: Pasta, Tuna, Macarela, Sardina, Jugo, Guandules, Habichuelas, Maíz, Guisante, Leche y Crema de Coco entre otros.



En el año 1979, inicia la conquista del mercado extranjero haciendo la primera exportación de sus productos Ranchero, hacia los Estados Unidos de Norteamérica, posteriormente llega hasta Canadá, el Caribe y Europa. Hoy en día Baldom tiene el privilegio de seguir exportando a Estados Unidos, Italia y España, de igual forma con el tiempo amplió su mercado exportador, enviando sus productos a países como Haití, Curazao, Italia, Puerto Rico, Islas Vírgenes, España, Venezuela y Cuba.

De conformidad con el paso de los tiempos, BALDOM ha vivido exitosamente cada época en base al capital humano y su capacidad de respuesta a las necesidades y preferencias de sus clientes y consumidores.

El centro de distribución ubicado en Santo Domingo tiene como objetivo cubrir de manera rápida y eficiente toda la comercialización en la parte sureste del país.

El crecimiento experimentado durante sus dos primeras décadas, impulsan a la compañía a uno de sus procesos de transformación estructural más importante; período que se caracteriza por la creación de departamentos y sistematización de sus áreas. En este proceso de adecuación se integra a la empresa el Ing. Teófilo Isaac como Gerente General, persona que desarrolla la estructura organizacional a los requerimientos de la época. Durante el período comprendido entre los años 1987 al 2000 se incorpora a la compañía, la segunda generación de la familia Knupper Rodríguez, creando

las condiciones para un relevo generacional, que constituye una garantía de continuidad del proyecto iniciado por sus fundadores.

Esta generación heredó valores fundamentales, que han mantenido esta empresa a lo largo de todos estos años: el respeto, aprecio y relación familiar entre colaboradores y empleadores. Estas condiciones concretaron dos hechos fundamentales en la historia de BALDOM, la constitución del sindicato de trabajadores y la creación del pacto colectivo de condiciones de trabajo.

En la actualidad la empresa cuenta con una Cooperativa de Servicios Múltiples y un Dispensario Médico, facilidades que están a disposición de los empleados para cubrir sus necesidades económicas y de salud.

En el año 2016 BALDOM adecua, desarrolla e implementa cambios en la gestión de calidad y logra obtener las siguientes certificaciones: ISO 9001 (Estándar de requisitos de gestión de la calidad), BPM (Buenas prácticas de manufactura) y HACCP (Sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control). Estas certificaciones demuestran nuestro compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente, así como también la mejora continua de las operaciones de nuestra empresa.

Baltimore Dominicana, S. A., es reconocida por su imagen corporativa y de marca, por su responsabilidad como ente social, por su compromiso como empleador y por su presencia permanente en la mayoría de las familias dominicanas a través de sus productos.



#### 1.4 Filosofía empresarial

Baltimore Dominicana (BALDOM), es una empresa que cuenta con un conjunto de principios filosóficos y creencias que guían la empresa, se rigen por las buenas prácticas para alcanzar los objetivos comerciales que desean, lo cual le permite fortalecer las relaciones con sus clientes, los valores y los principios en los cuales está constituida.



**Al servicio de tu gusto.**



### 1.4.1 Misión

Proveer productos alimenticios que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y consumidores, mediante un equipo de trabajo innovador. Capacitado e identificado con la mejora continua de los procesos y productos, proporcionando niveles de rentabilidad justos, contribuyendo con el bienestar de nuestros socios, colaboradores y la comunidad, apoyando la conservación de nuestros recursos naturales.



### 1.4.2 Visión

Proveer productos alimenticios que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y consumidores, mediante un equipo de trabajo innovador. Capacitado e identificado con la mejora continua de los procesos y productos, proporcionando niveles de rentabilidad justos, contribuyendo con el bienestar de nuestros socios, colaboradores y la comunidad, apoyando la conservación de nuestros recursos naturales.



### 1.4.3 Valores

- Liderazgo
- Integridad
- Innovación
- Proactividad
- Compromiso
- Solidaridad



### 1.4.5 Política de Calidad

Producir y comercializar productos alimenticios de calidad, para la satisfacción de nuestros clientes y consumidores, cumpliendo con los estándares aplicables y reglamentarios, mejorando continuamente nuestros procesos y siendo socialmente responsables con la preservación del medio ambiente.

### **1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente.**

El objetivo del servicio al cliente es conseguir que los consumidores se sientan satisfechos y puedan sacar el máximo provecho de los productos y servicios que adquieren de tu negocio.

### **1.6 Productos y servicios**

- Vinagre
- Sazón Líquido
- Mayonesa
- Aderezo
- Salsa para ensaladas
- Pepinillos
- Kétchup
- Compotas
- Sazonadores en polvo
- Súper completo
- Baldom
- Ajo en pasta
- Caldos
- Mostaza
- Gelatina
- Maizita
- Néctares Sula (Jugos)
- Espicias
- Salsas
- Sardinas
- Atún
- Leche evaporada
- Ajinomoto
- Sal molida
- Sal de curar
- Fécula de maíz
- Polvo de hornear
- Levadura
- Orégano
- Coco deshidratado
- Glutamato monosódico
- Leche condensada

### **1.7 Estructura de la empresa.**

La estructura organizacional de Baldom es muy amplia, la misma se divide por departamentos. Baltimore Dominicana cuenta con una planilla de 1,152 colaboradores, los cuales se dividen en: alta gerencia, mandos medios, administrativos y operativos.





## 2 CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

## CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

---

### 2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.

“El servicio al cliente es la asesoría que puede ser brindada por la empresa, dándoles las orientaciones correspondientes al consumidor, la empresa trabaja de manera proactiva para así llegar a conocer las necesidades inmediatas”. (PEREZ FEIJOO, PEREZ HERNNADEZ, & CABALLERO BRAVO, COMUNICACION Y ATENCION AL CLIENTE, 2013).( tschohl, 2011). ((lovelock, lovelock, & d. andrea , 2004)

“El servicio al clientes es el apoyo incondicional que les brindamos a los clientes para que los mismo puedan adquirir cualquier artículo de su preferencia y a su vez sentirse en la libertad y la confianza de realizar cualquier información que él considere, en la actualidad se ha convertido en una gran necesidad de las empresas, ya que esta persona es la encargada de darles las información y orientaciones de primera mano a sus clientes, y ayudarles de forma inmediata a lo que busca y necesita. El servicio al cliente es una estrategia fundamental de negocio utilizada por las empresas para mantenerse en el mercado, y así brindar sus mejores servicios y de la misma forma obtener más clientes ya su vez más ganancias. Atención al cliente se puede decir que es una de las principales herramientas

utilizadas por las empresas con la funcionalidad de que este escuche a sus usuarios y llegar a profundizar en lo que sería su necesidad, dando la oportunidad de poder evaluar al cliente y saber con exactitud lo que él realmente necesita” (págs. 164,168-95).

### 2.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.

Ofrecer un buen servicio y atención al cliente es la fuerza impulsora de todos los logros durante todo el ciclo de vida de la empresa “Basada en los autores la importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia es uno de los principales objetivos de todas las empresas, el Servicio implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes 10 y dejar en todos ellos una impresión de la empresa que les induzca a hacer de nuevo negocios con ella.

#### Las funciones de la calidad del servicio son:

- Retener a los clientes, eficiencia, disponibilidad, amistad, profesionalismo
- Cortesía, integridad, confiabilidad, disposición para ayudar, conocimientos.
- Preocupación y consideración por los demás, desarrollar nuevas carteras de clientes expresado en términos de actitudes.

### 2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente.

Los principales objetivos son responder a las preguntas de los clientes de forma rápida y eficaz, resolver problemas con empatía y atención, documentar los puntos débiles para compartirlos con los equipos internos, fomentar las relaciones.

### 2.4 Modalidades del servicio y atención al cliente.

- Servicio y atención al cliente presencial.
- Servicio y atención al cliente telefónico.
- Servicio y atención al cliente virtual.

#### 2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial.

Es la que proporciona un servicio directo con el cliente por ende debe cuidar su presencia, tener una imagen impecable, y cuidar el aspecto físico ya que esto representará la primera impresión del cliente. Tener conocimientos claros de todos los procesos para abordar al cliente con respuestas claras y certeras, tener fluidez al hablar, ser empático y tener agilidad para dar respuestas inmediatas.

#### Las competencias técnicas

La encargada del área tiene una gran actitud y gran compromiso. Tiene gran observación para poder identificar si el cliente está de buen humor y de buen humor, capacidad conceptual para resolver y reformular las preguntas que el cliente quiere hacer exactamente, sobre todo está altamente capacitado para resolver.

#### Competencias procedimentales

Habilidades para realizar tareas, capacidad para gestionar o manejar recursos, habilidades para implementar procesos, capacidad para gestionar o manejar personas, habilidades de autogestión. Tiene las habilidades procedimentales para realizar multitarea en su área., ser muy ágil al momento de desempeñar y manejar entre los recursos ofrecidos por la empresa, siempre se logra la transparencia.

En el momento de implementar los procesos, se obtiene lo que es una comunicación clara y precisa, con capacidad de escucha y resolución de conflictos, y metas establecidas cumplida mes tras mes. También ayudan a los empleados a tomar buenas decisiones y a mejorar la gestión del tiempo y que lo mismo tenga muy buena comunicación.

#### Competencias actitudinales

Proyección personal, con habilidades interpersonales, personalidad, buenas habilidades sociales y habilidades participativas. Está debidamente uniformado, excelente presencia. Se pudo visualizar en las habilidades interpersonales, que la joven tiene una gran destreza para lo que son las negociaciones y las ventas.

La joven tiene una gran habilidad asertiva, tiene una gran validación emocional. Dentro de las habilidades participativas, la dama es muy activa, está capacitada para resolver conflictos, expresar sus opiniones entre otros. Trabaja de una manera organizativa.

#### 2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico.

Uno de los servicios más sencillos de ofrecer, pero el cual también cuenta con su complejidad es la atención al cliente de forma telefónica, en este se brinda un servicio que en la mayoría de los casos debe estar disponible las 24 horas del día, y debe cuidar aspectos como el todo de voz, tener fluidez al hablar y siempre brindar información clara y oportuna dando respuestas rápidas y ágiles al cliente.

Hoy en día, para la mayoría de las empresas, disponer de un servicio de atención telefónica de calidad nos ayuda a resolver en un primer momento y rápidamente muchas de las incidencias que se generan, mejorando así la imagen que los usuarios tienen de nuestra empresa.

Tiene como objetivo establecer una conversación eficaz, para brindar una respuesta asertiva a las solicitudes hechas por los clientes. El contacto es sincrónico, al instante. Se pueden manejar diferentes situaciones tales como: resolver dudas, responder preguntas, dar información, entre otras.

Muchas empresas líderes en el mercado consideran el teléfono como uno de los medios de comunicación más importantes. Pues genera soluciones rápidas para los clientes.



## Competencias procedimentales

Las habilidades blandas incluyen actitud, comunicación, pensamiento creativo, trabajo en equipo, ética laboral, trabajo en red, toma de decisiones, positividad, gestión del tiempo, motivación, flexibilidad, resolución de problemas, pensamiento crítico y resolución de conflictos.

Capacidad para gestionar o manejar recursos, conocer las necesidades del cliente, estimar la capacidad y recursos necesarios para la prestación del servicio, establecer los niveles de calidad del servicio, supervisar la prestación del servicio, establecer mecanismos de mejora y evolución del servicio.

Habilidades para implementar procesos, la flexibilidad es una cualidad que permite a los asesores adaptarse a diferentes situaciones, necesidades, problemas e incluso personalidades de los consumidores. La gestión del tiempo, habilidades sociales, capacidad para gestionar o manejar personas, administración de cuentas y capacidad de alcanzar metas de ventas. Comunicación y solución de conflictos, de liderazgo, administración y comprensión de las necesidades de los clientes.

En nuestra empresa, se les otorgan cursos de servicios a los clientes, para así capacitar a los encargados del área.

## Competencias técnicas

Fuertes habilidades de manejo de contactos telefónicos y escucha activa, experiencia comprobada de soporte al cliente o experiencia como representante de servicio al cliente, certificaciones técnicas o metodológicas, organización y responsabilidad.



## Competencias actitudinales

Contestar con prontitud, identificarse, usar normas de cortesía, sonreír al conversar por teléfono, mantener el tono de voz que este debe ser apropiado, tomar nota., disminuir los tiempos de espera.

También debe poseer habilidades interpersonales, trabajar en equipo porque me gusta la comunicación abierta, honesta, directa y asertiva, tener empatía, buenas habilidades sociales, la encargada tiene buena comunicación clara, empatía.



## Competencias actitudinales

**El nombre:** Lo primero es decir su nombre y demostrar su deseo de ayudar al cliente.

**Claridad:** Ante todo, hablar con total claridad, sin prisas, con una pronunciación clara de las palabras (pero sin demostrar falsa afectación).

**Trato:** Procurar que su voz resulte agradable, amistosa y cordial, pero cuidándose de no caer en el exceso de familiaridad (es, ante todo, un profesional, un representante de la empresa).

**Cortesía:** Ser pródigo en el uso de "Muchas gracias", "Por favor" y cualquier otra expresión similar; mantener en todo momento un tono de exquisita cortesía, incluso si el interlocutor está molesto.

**Información:** Si responde a una pregunta, ofrecer toda la información que solicite el interlocutor; ser amplio en sus explicaciones.

**Nombre del cliente:** Repetir cuantas veces pueda el nombre del interlocutor.

**Velocidad:** Adaptar la velocidad de sus palabras a las del interlocutor.

**Pausas:** Utilizar inteligentemente las pausas para respirar y permitir que el interlocutor lo haga; en especial, utilizar las pausas para señalar la importancia de alguna parte en particular de lo que está diciendo.

**Comprensión:** Si no comprende algo de lo que dice el interlocutor, deberá pedir explicaciones; es mejor aclarar las cosas en el momento en vez de dar pie a malentendidos.

**Sonreír:** Aunque al empleado/a no se lo parezca, su interlocutor telefónico notará la sonrisa.

**Interrupciones:** Nunca deberá interrumpir la conversación sin antes solicitar la autorización de su interlocutor.

**Hablando con los clientes:** El empleado/a deberá acostumbrarse a utilizar frases y palabras positivas y expresivas que fortalezcan la imagen de empresa.

**Prudencia:** Deberá evitar reacciones impulsivas (pensar antes de hablar).

**Calma:** Mantener la calma, aunque el interlocutor no lo haga; no contrariar en ningún momento la persona que llama; dejarla hablar hasta que exponga por completo el motivo de su llamada.

**Responsabilidad:** No rehuir los problemas, no pasarlos a otro si se puede resolver la situación.

**Educación:** No comer, beber bebidas, mascar gomas, mientras atiende la llamada.

**Personalización:** Es importante que el interlocutor perciba que el empleado/a está hablando con él y únicamente con él: se deberán utilizar todos los elementos que permitan transmitir esa sensación.

**Profesionalidad:** El empleado/a deberá recordar siempre que es un profesional y que cómo tal debe manejar sus conversaciones telefónicas.

**Brevidad:** En lo posible, el empleado/a deberá ser lo más breve posible en sus conversaciones.

**Cierre:** Esperar el momento adecuado para cerrar la conversación; en ningún momento dejar al cliente "con la palabra en la boca".

### 2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual.

“La utilización de un asistente virtual supone un paso más entre las herramientas para cuidar al máximo la experiencia del cliente, tendencia además clave para lograr su fidelización”. (PEREZ FEIJOO, PEREZ HERNANDEZ, Caballero Bravo, COMUNICACION Y ATENCION AL CLIENTE, 2013).

Comunicación inmediata, el asistente virtual está disponible 24 horas para atender las dudas de los usuarios y guiarlos en el sitio web.

Elimina algunos pain points o puntos de dolor en la experiencia del cliente: es decir, pone solución a algunos de los escollos que se pueden encontrar, resolviendo problemas habituales o preguntas respecto a los productos o servicios con rapidez.

Disminuye el coste en ayuda y atención al cliente: mantener un equipo de atención al cliente que cumpla con las mismas funciones que un asistente virtual es más costoso que invertir en el desarrollo de un asistente virtual.

“Se encuentra asimismo entre algunos de los instrumentos más utilizados para lograr acceder a todos los beneficios de la automatización, impulsando la productividad y perfeccionando los procesos”. (Moronta, 2020)

El propósito del puesto en la modalidad virtual tiene como objetivo brindar un servicio eficaz, coherente preciso y claro a los clientes que utilicen este servicio, el servicio virtual debe ser un servicio capaz de satisfacer las dudas e inquietudes de los clientes en menor tiempo y con mayor rapidez. En la actualidad y debido a algunas situaciones muchas empresas se han visto en la necesidad de usar este servicio para mayor comodidad y satisfacción del cliente.

#### Competencias técnicas

Habilidades y soporte del servicio al cliente, ser ágil y astuto, debe ser una persona capaz de mediar cualquier situación que se le presente, conocer cuando el cliente está satisfecho o no con su servicio, tener manejo de los equipos proporcionados por la empresa para su desenvolvimiento, resolución de problemas, liderazgo, comunicación, responsabilidad y organización.

#### Competencias procedimentales.

Ser una persona con agilidad y con capacidad para afrontar cada tarea que se le asigne. Tener la capacidad de tomar

con buena actitud todas las quejas y eventualidades que se puedan presentar con los clientes, ser una persona activa y capaz de ayudar y trabajar en equipo con ideas. Ser pacífica, amable y capaz de mediar cualquier situación que se presente con respeto, tener autocontrol de sí mismo, ser calmado y con autodominio.

#### Competencias actitudinales

Amabilidad, poseer buena base de conocimientos, tener buen carisma, buena capacidad de escucha, capacidad para plantear alternativas.

### 2.5 Mercado meta o perfil del cliente.

Baltimore Dominicana (Baldom) es una empresa agroindustrial cuenta con un mercado meta está dirigido para todo público, principalmente las amas de casa y las familias dominicanas, en cierta medida Baldom se dirige a la clase baja, clase media y clase media alta, durante la encuesta se pudo notar que tanto hombre como mujer están entre un cincuenta utilizando nuestros productos.

#### 2.5.1 Conceptualización de cliente, usuario o consumidor.

El cliente son aquellas personas que realizan compras de nuestros productos y lo consumen de manera frecuente, Los clientes necesitan asistencia antes, durante y después de realizar una venta, esto proporciona el apoyo a través de información y la creación de un entorno de confianza.

#### 2.5.2 Principales necesidades del cliente al ser atendido.

La primera necesidad y más marcada se encuentra en los parqueos, la dificultad que tienen al momento de llegar a las instalaciones y encontrar donde estacionarse. Cuando se refiere a la vía de atención y servicio a la cliente telefónica otros pero sin especificar fue la más marcada, cabe resaltar que la profesionalidad en la atención recibida fue a sido una debilidad y tiene una necesidad de mejora, porque si el cliente entiende que quien lo atiende no es un profesional no se sentirá satisfecho.

El tiempo de espera es la debilidad más fuerte que encontramos en la modalidad virtual, es una necesidad incluir mensajes automáticos a los sistemas virtuales, y un horario, donde el cliente pueda ver si está en un horario donde el servicio puede ser brindado para mejorar la atención y servicio en esta modalidad.

---

“

***“Hagas lo que hagas,  
hazlo tan bien para  
que vuelvan y además  
traigan a sus amigos”***

***—Walt Disney.***

---



### **2.5.3. Principales percepciones del cliente a ser atendido.**

Tomamos en cuenta lo que es la percepción de nuestros clientes, debido a que ellos son nuestro objetivo principal, mantener la calidad del servicios y atención al cliente es algo vital y de suma importancia. Para Baldom el cliente es el activo principal y por eso mantener un servicio de calidad en todas las modalidades ofrecidas es un objetivo. Mientras que las expectativas de los clientes es que la empresa siga innovando en el mercado para si ellos de esta manera suplir sus necesidades.

### **2.5.4 Principales expectativas del cliente al ser atendido.**

La satisfacción del cliente es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de muy buena calidad, dado que la satisfacción del cliente influye de tal manera en su comportamiento, en su fidelidad, es una meta muy valiosa para nuestra empresa.

La satisfacción del cliente no sólo depende de la calidad de los servicios sino también de las expectativas del cliente, el cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas, como lo que es un buen servicio, muy buena comunicación, y un buen confort.

### **2.5.5 Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendido.**

Tener un cliente insatisfecho puede prevenir de varios factores, como son un mal manejo de la comunicación del cliente, un mal comportamiento, no saber pasarle el mensaje al cliente. por ende, también un cliente puede estar insatisfecho teniendo un dato erróneo con relación a algunos de nuestros productos.





# **3** PERFIL DEL PROVEEDOR, DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

---

# PERFIL DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

---

## 3.1 Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial.

El servicio de atención al cliente es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto y un servicio en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si esta responde a ciertas políticas institucionales.

En el servicio de atención al cliente podemos encontrar lo que es la fidelización de los clientes, la cual consiste en hacer que el cliente se vuelva habitual. Para que los clientes se vuelvan habituales debemos ofrecer un buen producto y tener una buena calidad de servicio, para esto hay que aplicar unos componentes: confiabilidad, accesibilidad, seguridad, y empatía. Si se logran estos componentes, es muy seguro que el cliente se vuelva habitual y la empresa obtenga beneficios.

## 3.2 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial.

### Objetivo: Propósito fundamental o misión del puesto

El propósito fundamental de la comunicación al cliente de manera presencial es establecer una comunicación directa con el cliente, de esta manera tenemos la oportunidad de presentarles nuestra cartera de producto, y también lograr que el mismo entre a formar

parte de nuestra familia de vendedores.

### Funciones: Procesos claves que se manejan en el puesto

Tener un buen manejo de la audición, escuchar con claridad al cliente, siempre hay que estar muy atento con el cliente, preguntarle lo que él desea, en que se le puede ayudar, recibir con muy buena imagen y con mucha cordialidad, ser amable, tener carisma y sobre todo motivar siempre al cliente para que regrese.

Responsabilidades: Compromisos que deben asumirse en el puesto

Recopilar y analizar los comentarios de los clientes para realizar un buen trabajo, obtener un buen manejo sobre las quejas de los clientes, siempre tener los conocimientos de los productos que están en ofertas, para así ofrecer a los clientes, tener la capacidad de poder responder cualquier inquietud del cliente, siempre obtener un buen acercamiento proactivo al cliente.

### Competencias Cognitivas

- Títulos Académicos
- Certificaciones técnicas o Metodológicas
- Conocimientos empíricos
- Habilidades conceptuales
- Conocimientos técnicos
- Habilidades administrativas

### Competencias Actitudinales

- Proyección personal
- Habilidades interpersonales
- Personalidad
- Habilidades sociales

### **Habilidades participativas**

Está debidamente uniformada, excelente presencia, se pudo visualizar en las habilidades interpersonales, que la joven tiene una gran destreza para lo que son las negociaciones y las ventas. La joven tiene una gran habilidad asertiva, tiene una gran validación emocional. Dentro de las habilidades participativas, la dama es muy activa, está capacitada para resolver conflictos, expresar sus opiniones entre otros. trabaja de una manera organizativa.

### **Competencias Procedimentales**

Competencias para realizar tareas, capacidad para gestionar o manejar recursos, habilidades para implementar procesos, capacidad para gestionar o manejar personas.

### **Habilidades de autogestión**

Tiene las habilidades procedimentales para realizar multitarea en su área, es muy ágil al momento de desempeñar y manejar los recursos ofrecidos por la empresa. La comunicación es clara y precisa. Posee alta capacidad de escucha y resolución de conflictos, y tiene sus metas establecidas cumplida mes tras mes. También ayudan a los empleados a tomar buenas decisiones y a mejorar la gestión del tiempo y que lo mismo tengan muy buena comunicación.

### **Requerimientos Especiales**

Género, experiencia laboral, condiciones físicas o salud, otros.

Debe de tener la destreza de una comunicación clara, las políticas efectivas, el personal excelentemente capacitado y las técnicas creativas de resolución de problemas. No necesariamente debe de tener experiencia laboral, pero sí que tenga conocimiento del área. En su condición física es una persona muy elegante.

### **Paquete de Beneficios**

Salario, incentivos, bonos, seguridad social, seguro privado, becas viáticos sueldo mínimo establecido por la empresa. Inmediatamente ingresa en la empresa, se le facilita lo que es su seguro privado para su protección. En fechas específicas se le dan algunos incentivos graficando les por su buen desempeño. De igual manera los bonos se le entregan en fechas especiales, también les ofrecen sus dietas o viáticos en ocasiones requeridas.

### **Observaciones**

Al momento de realizar la entrevista se nota su gran destreza, su gran capacidad para responder, se toma su tiempo para escuchar e interpretar lo que se le dice, y al momento de contestar es muy clara y precisa.

## **3.3 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.**

### **Objetivo: Propósito fundamental o misión del puesto**

Tiene como objetivo establecer una conversación eficaz, para brindar una respuesta asertiva a las solicitudes hechas por los clientes. El contacto es sincrónico, al instante. Se pueden manejar diferentes situaciones tales como: resolver dudas, responder preguntas, dar información, entre otras.

Muchas empresas líderes en el mercado consideran el teléfono como uno de los medios de comunicación más importantes. Pues genera soluciones rápidas para los clientes.

### **Funciones: Procesos claves que se manejan en el puesto**

Satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, transmitir información clara y precisa, generar empatía y transmitir confianza. Referirse al cliente por su nombre en todo momento es sencillamente indispensable y confirmar de manera explícita que la solicitud haya sido completamente procesada.

### **Responsabilidades: Compromisos que deben asumirse en el puesto**

Comunicación a nivel profesional con todos los clientes, siempre brindar las informaciones precisas, tener diplomacia. Y ser responsable, honesto y vocación a servir.

### **Competencias Cognitivas**

- Títulos Académicos
- Certificaciones técnicas o Metodológicas
- Conocimientos empíricos
- Habilidades conceptuales
- Conocimientos técnicos
- Habilidades administrativas

Tener fuertes habilidades de manejo de contactos telefónicos y escucha activa. Experiencia comprobada de soporte al cliente o experiencia como representante de servicio al cliente y organización y responsabilidad.

En nuestra empresa, se les otorgan cursos de servicios a los clientes, para así capacitar a los encargados del área.

### **Competencias Actitudinales**

- Proyección
- Habilidades
- Interpersonales
- Personalidad
- Habilidades sociales



## Habilidades Participativas

Contestar con prontitud, identificarse desde que toma la llamada, usar normas de cortesía, sonreír al conversar por teléfono, el tono de voz debe ser apropiado, tomar nota, disminuir los tiempos de espera.

**Habilidades interpersonales:** trabajar en equipo porque me gusta la comunicación abierta, honesta, directa y asertiva, tener Empatía.

**Habilidades sociales:** la encargada tiene una buena comunicación clara, buena empatía y escucha. Lo primero es decir su nombre y demostrar su deseo de ayudar al cliente.

**Claridad:** Ante todo, hablar con total claridad, sin prisas, con una pronunciación clara de las palabras (pero sin demostrar falsa afectación).

**Trato:** Procurar que su voz resulte agradable, amistosa y cordial, pero cuidándose de no caer en el exceso de familiaridad (es, ante todo, un profesional, un representante de la empresa).

**Cortesía:** Ser pródigo en el uso de "Muchas gracias", "Por favor" y cualquier otra expresión similar; mantener en todo momento un tono de exquisita cortesía, incluso si el interlocutor está molesto.

**Información:** Si responde a una pregunta, ofrecer toda la información que solicite el interlocutor; ser amplio en sus explicaciones.

**Nombre del cliente:** repetir cuantas veces pueda el nombre del interlocutor.

**Velocidad:** Adaptar la velocidad de sus palabras a las del interlocutor.

**Pausas:** Utilizar inteligentemente las pausas para respirar y permitir que el interlocutor lo haga; en especial, utilizar las pausas para señalar la importancia de alguna parte en particular de lo que está diciendo.

**Comprensión:** Si no comprende algo de lo que dice el interlocutor, deberá pedir explicaciones; es mejor aclarar las cosas en el momento en vez de dar pie a malentendidos.

**Sonreír:** Aunque al empleado/a no se lo parezca, su interlocutor telefónico notará la sonrisa.

**Interrupciones:** Nunca deberá interrumpir la conversación sin antes solicitar la autorización de su interlocutor.

**Prudencia:** Deberá evitar reacciones impulsivas (pensar antes de hablar).

**Calma:** Mantener la calma, aunque el interlocutor no lo haga; no contrariar en ningún momento la persona que llama; dejarla hablar hasta que exponga por completo el motivo de su llamada.

**Responsabilidad:** No rehuir los problemas, no pasarlos a otro si se puede resolver la situación.

**Educación:** No comer, beber bebidas, mascar gomas, mientras atiende la llamada.

**Personalización:** Es importante que el interlocutor perciba que el empleado/a está hablando con él y únicamente con él: se deberán utilizar todos los elementos que permitan transmitir esa sensación.

**Profesionalidad:** El empleado/a deberá recordar siempre que es un profesional y que cómo tal debe manejar sus conversaciones telefónicas.

**Brevidad:** En lo posible, el empleado/a deberá ser lo más breve posible en sus conversaciones.

**Cierre:** Esperar el momento adecuado para cerrar la conversación; en ningún momento dejar al cliente "con la palabra en la boca".

**observación:** Hablando con los clientes el empleado/a deberá acostumbrarse a utilizar frases y palabras positivas y expresivas que fortalezcan la imagen de empresa.

### Competencias Procedimentales

Capacidad para realizar tareas, capacidad para gestionar o manejar recursos, habilidades para implementar procesos y la capacidad para gestionar o manejar personas.

### Habilidades de autogestión

Las habilidades blandas incluyen actitud, comunicación, pensamiento creativo, trabajo en equipo, ética laboral, trabajo en red, toma de decisiones, positividad, gestión del tiempo, motivación, flexibilidad, resolución de problemas, pensamiento crítico y resolución de conflictos.

- Capacidad para gestionar o manejar recursos
- Conocer las necesidades del cliente.
- Estimar la capacidad y recursos necesarios para la prestación del servicio.
- Establecer los niveles de calidad del servicio
- Supervisar la prestación del servicio.
- Establecer mecanismos de mejora y evolución del servicio.

**Habilidades para implementar procesos:** La flexibilidad es una cualidad que permite a los asesores adaptarse a diferentes situaciones, necesidades, problemas e incluso personalidades de los consumidores.

- La gestión del tiempo.
- Habilidades sociales.

Capacidad para gestionar o manejar personas: Comunicación y solución de conflictos, sino también de liderazgo, administración y comprensión de las necesidades de los clientes, para estar a la vanguardia al momento de ofrecerles un bien o servicio, así como al momento de escuchar sus comentarios, reclamos o exigencias cuando esto ocurre.

### Habilidades de autogestión

Tiene capacidad de manejar sus emociones, buen manejo de la lengua, paciencia y autocontrol.

### Requerimientos Especiales

Género, experiencia laboral, condiciones físicas o salud, otros

El género puede ser masculino como femenino. Por lo general siempre se le solicita que tengas experiencias laborales, pero en este caso hemos tenido personal sin ninguna experiencia y que hemos preparado para que esté con nosotros. El personal debe estar en perfecto estado de salud y en condiciones físicas óptimas, y capacidad de responder a las preguntas de los clientes y resolver sus problemas. Tener mayoría de edad. (desde 18 hasta 30 años).

### Paquete de Beneficios

Salario, incentivos, bonos, seguridad social, seguro privado, becas viáticos sueldo mínimo establecido por la empresa. Inmediatamente ingresa en la empresa, se le facilita lo que es su seguro privado para su protección. En fechas específicas se le dan algunos incentivos graficando les por su buen desempeño. De igual manera los bonos se le entregan en fechas especiales, también les ofrecen sus dietas o viáticos en ocasiones requeridas.

### Observaciones

Al momento de realizar la entrevista la joven se mostró muy segura al contestar cada una de las preguntas. Es muy clara, precisa a la vez, te da el espacio que se necesita para lograr una muy buena comunicación.



### 3.4 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual.

#### Objetivo: Propósito fundamental o misión del puesto

El propósito del puesto en la modalidad virtual tiene como objetivo brindar un servicio eficaz, coherente preciso y claro a los clientes que utilicen este servicio. El servicio virtual debe ser un servicio capaz de satisfacer las dudas e inquietudes de los clientes en menor tiempo y con mayor rapidez.

En la actualidad y debido a algunas situaciones muchas empresas se han visto en la necesidad de usar este servicio para mayor comodidad y satisfacción del cliente.

**Funciones:** Procesos claves que se manejan en el puesto

- Responder preguntas e inquietudes.
- Brindar algún servicio de ventas.
- Información sobre la oferta de los productos.
- Precios de los productos.
- Satisfacer al cliente en toda amplitud.

**Responsabilidades:** Compromisos que deben asumirse en el puesto

Responsable y preciso al momento de responder, ser coherente y brindar información clara, tener conocimientos de toda el área para poder brindar mayor información, manejar el tiempo de espera y léxico adecuado.

#### Competencias Cognitivas

- Títulos Académicos
- Certificaciones técnicas o Metodológicas
- Certificaciones técnicas o Metodológicas
- Conocimientos técnicos, conocimientos empíricos
- Habilidades administrativas, ser ágil y astuto
- Buen soporte del servicio al cliente, ser una persona capaz de mediar cualquier situación que se le presente.
- Conocer cuando el cliente está satisfecho o no con su servicio, saber manejar los equipos proporcionados por la empresa para su desenvolvimiento.

#### Competencias Actitudinales

- Proyección personal
- Habilidades interpersonales
- Personalidad
- Habilidades sociales

#### Habilidades participativas

Ser una persona amabilidad y poseer buena base de conocimientos, tener carisma, buena capacidad de escucha y capacidad para plantear alternativas.

#### Competencias Procedimentales

Competencias para realizar las tareas asignadas, capacidad para gestionar o manejar recursos, habilidades para implementar procesos, capacidad para gestionar o manejar personas.

#### Habilidades de autogestión

Ser una persona con agilidad y con capacidad para afrontar cada tarea que se le asigne, gestionar todas las quejas y eventualidades que se puedan presentar con los clientes, ser una persona activa y capaz de ayudar y trabajar en equipo con ideas. Ser pacífico, amable y capaz de mediar cualquier situación que se presente con respeto y tener autocontrol de sí mismo, ser calmado, con autodominio.

#### Requerimientos Especiales

Género, experiencia laboral, condiciones físicas o salud, otros

El género puede ser masculino como femenino. Por lo general siempre se le solicita que tengas experiencias laborales, pero en este caso hemos tenido personal sin ninguna experiencia y que hemos preparado para que esté con nosotros. El personal debe estar en perfecto estado de salud y en condiciones físicas óptimas, y capacidad de responder a las preguntas de los clientes y resolver sus problemas. Tener mayoría de edad. (desde 20 hasta 34 años).



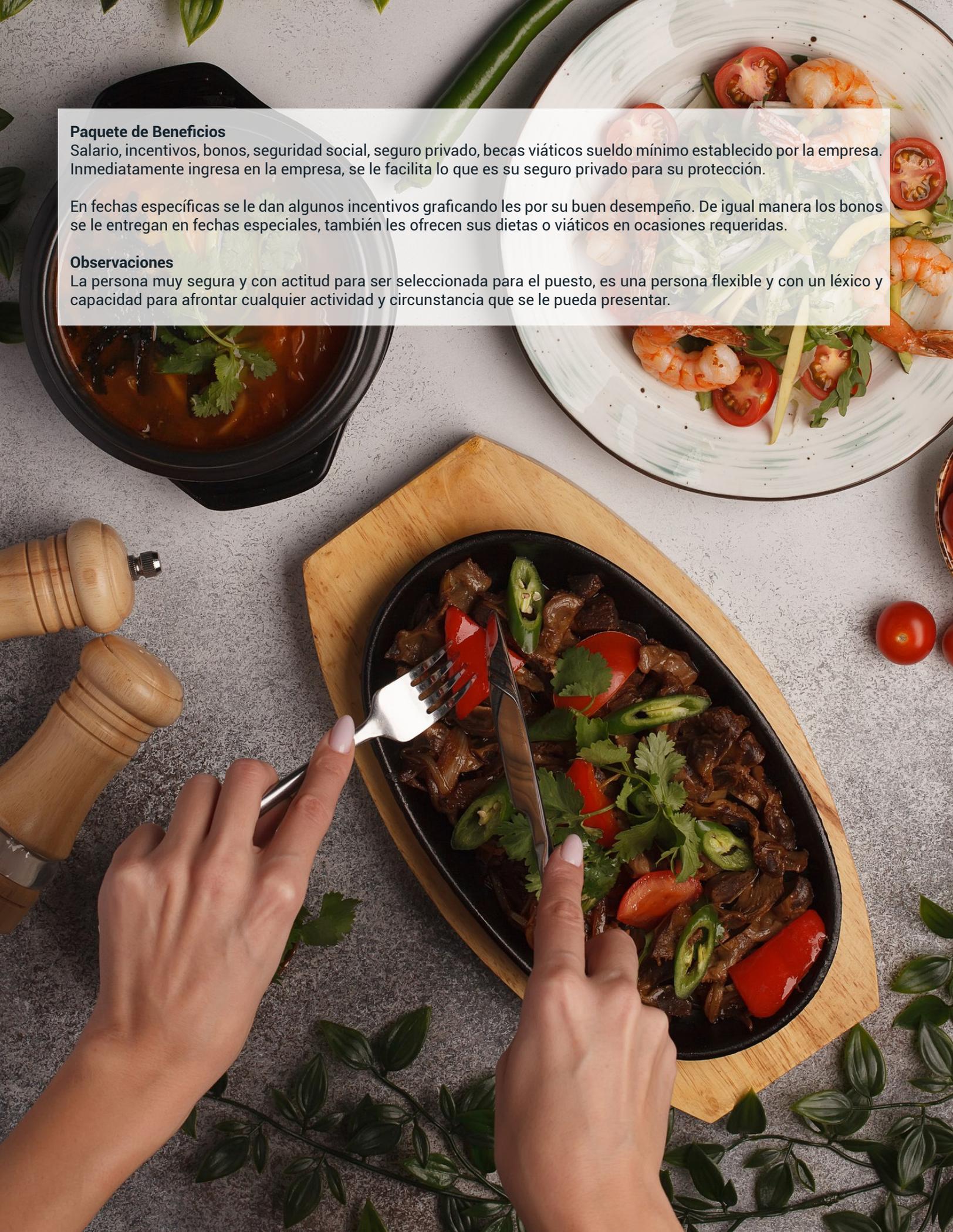
### **Paquete de Beneficios**

Salario, incentivos, bonos, seguridad social, seguro privado, becas viáticos sueldo mínimo establecido por la empresa. Inmediatamente ingresa en la empresa, se le facilita lo que es su seguro privado para su protección.

En fechas específicas se le dan algunos incentivos graficando les por su buen desempeño. De igual manera los bonos se le entregan en fechas especiales, también les ofrecen sus dietas o viáticos en ocasiones requeridas.

### **Observaciones**

La persona muy segura y con actitud para ser seleccionada para el puesto, es una persona flexible y con un léxico y capacidad para afrontar cualquier actividad y circunstancia que se le pueda presentar.





# 4 PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

# PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

---

## 4.1 Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente.

Un protocolo de atención es la forma de plasmar, para toda la organización, el modo de actuar deseado frente al cliente, buscando unificar los criterios, conceptos, creencias e ideas diversas que se puedan tener respecto a qué es una buena atención.

## 4.2 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial.

### Bienvenida y recepción del cliente

Un buen saludo y una sonrisa a la vista, servicio y atención en un área acogedora, ofrecer una atención personalizada, escuchar, ofrecer soluciones, servicio y atención, es bueno mantener cuidado con las señales corporales.

Un saludo cordial y una sonrisa nunca pueden faltar, es un gesto agradable, amistoso y empático. Los espacios deben ser cálidos, confortables, con aromas agradables.

Ofrecer un café, un jugo o un té, es un agrado al cliente que espera para ser atendido.

Con esta técnica el cliente se siente único, valorado e importante para la empresa. Brindar atención personalizada ofrece seguridad y confianza.

Escuchar detenidamente al cliente nos permite ofrecer

atenciones y soluciones oportunas. Hay que tener muy en cuenta las expresiones que puede mostrar nuestro rostro. Estar debidamente uniformado, bien presentado, con una actitud positiva.

### Observaciones

Es bueno saber el nombre del cliente, esto le dará seguridad y se sentirá realmente atendido. Saber en qué podemos ayudarlo nos ayuda a dar una respuesta más rápida de lo que el cliente desea.

Si sabemos que tiempo tiene usando nuestros servicios podemos saber si es algo reciente o una inquietud de mucho tiempo. Al referirse del servicio recibido podemos saber qué tan satisfecho o inconforme el cliente se encuentra.

Dependiendo de qué tan satisfecho el cliente se encuentre nos recomendará o emitirá una queja del servicio que le estamos ofreciendo, o la solución del problema.

### Gestión del servicio

- En qué podemos ayudarlo.
- Podemos darle varias alternativas para solucionar este problema.
- Podemos ayudarlos con algo más.
- Se siente satisfecho con la solución que le ofrecemos.

### Observaciones

Saber en qué podemos ayudar nos permite dar una solución más rápida. Brindar alternativas para la solución de sus problemas ayudará a que se sienta especial y atendido.

### Despedida del cliente

Mantener una actitud cordial y amable en todo momento, un tono de voz moderado y una sonrisa cálida. Despedirse correctamente.

### Observaciones

De este modo el cliente no solo se va satisfecho, sino que la impresión que dejamos puede hacer la diferencia.

## 4.3 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.

### Bienvenida y recepción del cliente

Responde las llamadas inmediatamente, saludar, identificarse, manejo del tono de voz, preguntar el nombre, saber de inmediato en que podemos ayudarlo. Autopresentación del proveedor del servicio.

### Observaciones

Responder las llamadas lo más breve posible. Para saber con quién hablamos debemos de saludar y de igual manera la presentación del cliente.

Siempre hay que identificarse con su nombre y apellido, el tono de voz debe de ser moderado, una voz neutra.

### Atención y sondeo al cliente

Preguntar el nombre del cliente, que desea o en que se le puede ayudar, ofrecerles nuestras ofertas, darle el espacio correspondiente al cliente al momento de hablar y darles las orientaciones correspondientes.

### Observaciones

Siempre se debe de preguntar el nombre del cliente, para referirse a él por su nombre. Preguntar qué servicio le gustaría realizar en la empresa, motivar al cliente para que vea las ofertas del momento.

Escuchar al cliente mientras este nos presenta su situación, no concluir la llamada sin antes orientarnos de que el cliente no se fue con alguna duda o laguna en su mente.

### Gestión del servicio

Se le debe preguntar al cliente, cuál es el motivo de su llamada, consultar con cliente detalladamente sobre lo que él desea. Antes de concluir la llamada, volver a rectificar al cliente que si desea algo más.

### Observaciones

Siempre se le debe de preguntar al cliente que, si desea algo más, dándole la oportunidad de que realice el mismo análisis, esto lo hacemos, para que el cliente se vaya satisfecho.

### Despedida del cliente

Despedirse con un tono muy satisfecho y con una buena vibra. Al momento de despedirte, recordarle al cliente tu nombre y siempre dejarlo con muy buena motivación.

### Observaciones

Que el cliente sienta que se le brindó un buen servicio, y que se vaya satisfecho y que de esta manera nos pueda recomendar. Con esta finalidad logramos que el cliente se sienta muy complacido con el servicio.

## 4.4 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual.

### Bienvenida y recepción del cliente

Se le brinda un cordial saludo, la persona se identifica y se pone a la orden, ponerse a disposición del cliente, siempre pregunta en que le puede ayudar.

Le brinda amabilidad y confianza al cliente para que este fluya de manera adecuada, tener una buena interacción al momento de brindar el servicio.



### Observaciones

Brindarle al cliente un trato favorable y con amabilidad, responder con formalidad, brindar toda la atención al cliente, hacer que el cliente se sienta confiado y pueda fluir. Hacer que el cliente se sienta especial y bien atendido ayuda a que se pueda brindar un mejor servicio.

### Atención y sondeo al cliente

Evitar textos largos, ser proactivo, ofrecer una grata experiencia de los canales, responder dudas y consultas de los clientes. Resolver reclamos de los clientes, problemas técnicos o de utilización de un producto.

### Observaciones

Satisfacción del cliente, responder lo más rápido posible con la respuesta precisa y clara. Siempre es bueno ofrecer algo más de lo que el cliente busca como opción de que esté siempre conforme con lo que andaba buscando.

Resolver dudas o inquietudes y hacer que el cliente quede satisfecho con la respuesta, es una forma de demostrar un buen servicio. Porque esto hace que el cliente se sienta feliz con lo que quería resolver

### Gestión del servicio

Darle valor al cliente, brindar una experiencia de compra positiva, preguntar si desea algún otro servicio. Ofrecer alternativas en caso de no tener lo que el cliente desea, estrechar una relación con el cliente en base con el servicio que se le está ofreciendo.

### Observaciones

Un cliente bien atendido es un cliente feliz y con deseos de volver. Nunca está demás en medio de la conversación ofrecer otro servicio adicional, preguntar si le es favorable el servicio. Hacer que el cliente se sienta bien y que sienta que se le brinda toda la atención.

### Despedida del cliente

Se despide preguntándole si desea algún otro servicio, de no ser que el cliente desee otro servicio se le despide con carisma y amabilidad. Siempre dar las gracias por preferirnos

### Observaciones

Despedirse con amabilidad siempre brindando un gesto de afecto y carisma para que el cliente se sienta querido e importante. También recordarle que estamos para servirle y esperamos volver a verle pronto.





**5** POLITICAS Y ESTRATEGIAS  
CLAVES EN EL SERVICIO Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

# POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS CLAVES EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

---

## 5.1 Conceptualización de políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente.

Las políticas de atención al cliente son un conjunto de códigos de conducta que guían el enfoque y la actitud del servicio brindado a los consumidores. Es un documento escrito de carácter informativo, que indica los valores que la empresa quiere transmitir y los procedimientos para resolver problemas.

Su objetivo es promover la coherencia en todas las interacciones, sin sesgos por parte de los agentes de soporte. Es el camino para satisfacer las expectativas del cliente y cumplir con los objetivos de servicio en cualquier situación.

Es importante que los empleados sepan dónde empieza y dónde termina su autoridad a la hora de implementar las políticas de servicio al cliente. No es bueno que ofrezcan al consumidor algo que no pueden cumplir.

La importancia de las políticas de servicio y atención al cliente nos ayudarán a manejar las expectativas de los clientes, nos ayuda a retener los clientes existentes y conseguir nuevos, mejorar el rendimiento del personal y la expectativa de los clientes.

Disponer de instrucciones claras en las políticas de servicio y atención al cliente y que comuniquen los procedimientos claramente a todos los empleados, les permitirá conocer sus límites y aprovechar al máximo todos sus recursos. Un empleado empoderado aprovechará al máximo sus capacidades y hará un mejor trabajo para la empresa.

## 5.2 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad presencial.

Tener una conversación cara a cara con un cliente de forma presencial te permite demostrar que los asuntos que discutes con el cliente merecen tu tiempo. Una actitud amable y positiva y un comportamiento profesional te ayudarán a ganar la confianza de tus clientes.

Las políticas establecidas en la modalidad de atención y servicio al cliente presencial son:

- Anticiparse a las necesidades de nuestros clientes y planificar en consecuencia.
- Saludar a nuestros clientes con prontitud, alegría y respeto.
- Escuchar atentamente y tener en cuenta las peticiones y preocupaciones de nuestros clientes.
- Comunicar con honestidad, cortesía y conocimiento.
- Realizar un seguimiento de nuestros clientes de forma rápida, responsable y eficaz.
- Servir con orgullo, compromiso y con altos estándares éticos.
- Respetando al individuo y fomentando la participación.
- Tener una gran capacidad conceptual para resolver reformular las preguntas que el cliente quiere hacer exactamente.
- Alta capacidad de escucha y resolución de conflictos, y metas establecidas cumplida mes tras mes.



### 5.3 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad telefónica.

Tener políticas y estrategias para el servicio y atención al cliente es muy importante, pues esta garantizará el buen funcionamiento del departamento y en la asistencia que se le puede dar a un cliente al momento de solicitarla. Un buen servicio al cliente viene con la asistencia brindada por los representantes de la empresa durante un proceso o diversos procesos que el cliente necesite.

Cuando comenzamos a estandarizar tus políticas de servicio y atención al cliente telefónico, se piensa en todo aquello que se necesita para establecer lineamientos claros, en vez de incurrir en cuestiones obvias o supervisar en exceso a los empleados.

Los detalles en las políticas de atención y servicio al cliente dependen de la cultura de tu empresa y de sus necesidades específicas. Algunos procedimientos pueden variar.

Las políticas establecidas en la modalidad de atención y servicio al cliente telefónico son:

- Responder oportunamente las llamadas de los clientes.
- Reconocer las necesidades y solicitudes del cliente.
- Reducir las quejas telefónicas al mes.
- Aumentar las ventas siempre que se ofrezca este servicio en la empresa.
- Minimizar el tiempo de espera.
- Escuchar atentamente y tener en cuenta las peticiones y preocupaciones del cliente.

### 5.4 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad virtual.

Tiene como objetivo establecer una conversación eficaz, para brindar una respuesta asertiva a las solicitudes hechas por los clientes. El contacto es sincrónico, al instante. Se pueden manejar diferentes situaciones tales como: resolver dudas, responder preguntas, dar información, entre otras.

Muchas empresas líderes en el mercado consideran lo virtual, como los correos electrónicos, WhatsApp, redes sociales, página web de servicios, como uno de los medios de comunicación más importantes. Pues genera soluciones rápidas y económicas para los clientes. También son tan importantes porque no importa dónde nos encontremos podemos usarlas sin problemas y resolver cualquier inquietud o expresar cualquier queja.

Dentro de las políticas podemos mencionar:

- Tener buena redacción, ser proactiva y respuesta rápida.
- Ser analítica, crítica y con respuestas que satisfagan las necesidades y las inquietudes de los clientes.
- Debe ser una persona capaz de mediar cualquier situación que se le presente.
- Saber interpretar lo solicitado, para dar mejor respuesta y solución.
- Resolución de problemas, liderazgo, comunicación, responsabilidad y organización.
- Ser una persona activa y capaz de ayudar y trabajar en equipo con ideas.
- Ser pacífica, amable y capaz de mediar cualquier situación que se presente con respeto.
- Tener autocontrol de sí mismo, ser calmado y con autodominio.



---

## CONCLUSIONES

---

La atención y servicio al cliente se ha convertido en una herramienta muy importante en el mundo actual, sobre todo en el marketing digital. Ya que cada día más se están sustituyendo los servicios presenciales por los virtuales y las plataformas telefónicas, de este modo muchas empresas aseguran un mejor posicionamiento y éxito en su negocio.

Cuidar el cliente es el principal objetivo de cualquier organización, muchas empresas deciden combinar el servicio con la atención al cliente y así pueden fidelizar, aumentar las ventas, ganar reconocimiento y sobre todo buenas recomendaciones.

Baltimore Dominicana (Baldom), es una marca que ha logrado expandirse a través del mercado dominicano por su gran variedad de productos, Pero como cualquier empresa siente el compromiso de seguir aplicando mejoras continuas en todos sus procesos en especial

en las del servicio a los clientes ya que entiende que el cliente es su primer activo y debe brindarle lo mejor.

La prioridad de la empresa es satisfacer las necesidades de sus consumidores, por eso se mantiene innovando, realizando cambios y adecuándose a los tiempos más modernos. Como nos dice su eslogan Al servicio de tu gusto, la empresa adquiere un compromiso que debe mantener y esto ha sido una ventaja competitiva que ha adquirido con cada dominicano.

Esperamos que este manual pueda ser una guía de apoyo, de gestión, coordinación, de servicio, de trabajo en equipo, que ayuden a realizar mejoras en el servicio y atención al cliente, que sirva como soporte para fortalecer las debilidades y brindar a los clientes lo mejor, porque un buen servicio y atención al cliente son una base exitosa para cualquier empresa.

## **INSTRUCCIONES DE CÓMO USAR ESTE MANUAL**

---

Este manual va hacer una herramienta que ayudara a los empleados a dar un servicio de máxima calidad a los clientes de Baltimore Dominicana. Este manual aborda las preocupaciones de más comunes y las políticas internas que deben aplicarse para tener mejoras. Estas ayudaran a indicar como quieres que tus empleados manejen los problemas relacionados con las devoluciones de productos, las quejas y los problemas de servicio.

Su principal función será guiar y servirá como consulta para aplicar lineamientos estrategias dirigido a mejorar los procesos de atención y servicio al cliente en la empresa.



**ANEXOS**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

(2020). Obtenido de <https://www.tu-voz.com/las-ventajas-de-tener-un-soporte-tecnico-telefonico/>

Cabrerizo, M. (28 de ABRIL de 2011). MAILXMAIL. Obtenido de MAILXMAIL: <http://www.mailxmail.com/curso-servicio-atencion-cliente-empresa/factores-servicio-atencion-cliente>

HERRERA. (NOVIEMBRE de 2021). PREZI. Obtenido de PREZI: <https://prezi.com/p/28uelz-gxdox/ventajas-y-desventajas-del-servicio-al-cliente/>

HUBSPOT. (2020). Obtenido de HUBSPOT: <https://blog.hubspot.es/>

J.J. Castro-Schez. (2015). COC COMERIO ELECTRONICO . Obtenido de COC COMERCIO ELECTRONICO : [https://www.esi.uclm.es/www/jjcastro/coe/ventajas\\_e\\_inconvenientes.html](https://www.esi.uclm.es/www/jjcastro/coe/ventajas_e_inconvenientes.html)

Library.Co. (s.f.). Obtenido de Library.Co: <https://1library.co/article/ventajas-desventajas-modalidad-telef%C3%B3nica-respecto-presencial.y4jm370y>

Parra, n. (s.f.). QuestionPro . Obtenido de QuestionPro : <https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-del-servicio-al-cliente/>

PEREZ FEIJOO, P. H. (2013). COMUNICACION Y ATENCION AL CLIENTE. MC GRAW HILL Education.

PEREZ FEIJOO, P. H. (2013). COMUNICACION Y ATENCION AL CLIENTE. En J. M. Héctor M. Pérez Feijoo, Héctor M. Pérez Feijoo, Jorge M. Pérez Hernández, Lía López González, Carmen Caballero Bravo. MC GRAW HILL Education.

QUESTIONPRO. (s.f.). Obtenido de [http://trimestral.uapa.edu.do/pluginfile.php/1661794/mod\\_resource/content/1/EXPERIENCIA%20DEL%20CLIENTE.pdf](http://trimestral.uapa.edu.do/pluginfile.php/1661794/mod_resource/content/1/EXPERIENCIA%20DEL%20CLIENTE.pdf)

Silva. (2011 de DICIEMBRE de 2020). ZENDESK. Obtenido de ZENDESK: <https://www.zendesk.com.mx/blog/elementos-servicio-al-cliente/>

Terreros, D. (2021 de AGOSTO de 2021). HubSpot. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/service/tipos-servicio-cliente>

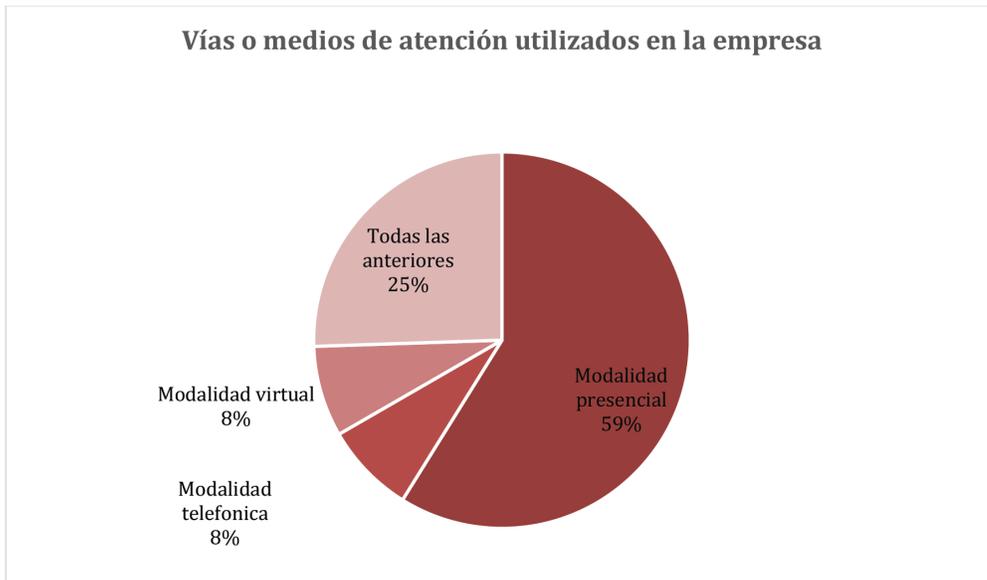
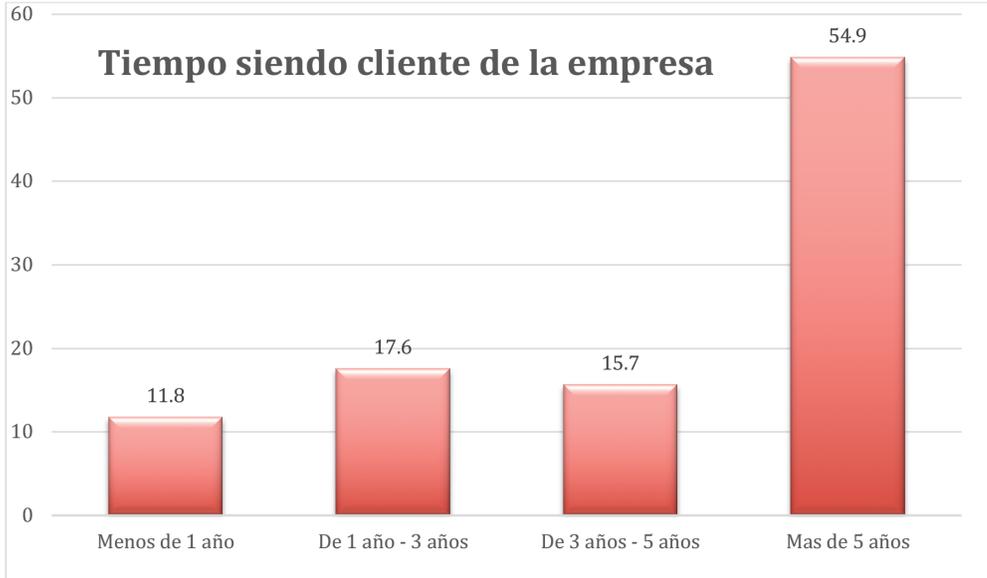
TU VOZ. (1 de MARZO de 2020). Obtenido de TU VOZ: <https://www.tu-voz.com/las-ventajas-de-tener-un-soporte-tecnico-telefonico/>

Trailhead. (trailhead, 2022) trailhead. (2022). Trailhead. Obtenido de trailhead: <https://trailhead.salesforce.com/>

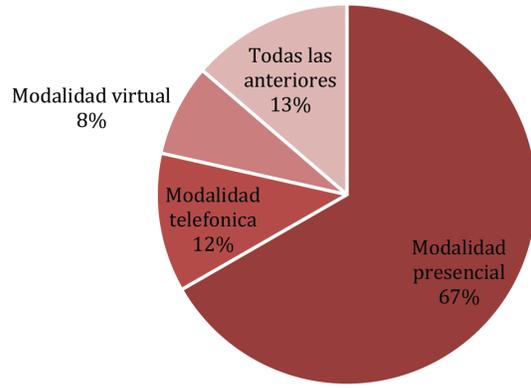
(s.f.). Obtenido de <https://baldom.com.do/> 2020 Baltimore Dominicana, S.A. [info@baldom.com.do](mailto:info@baldom.com.do)

## ANEXOS

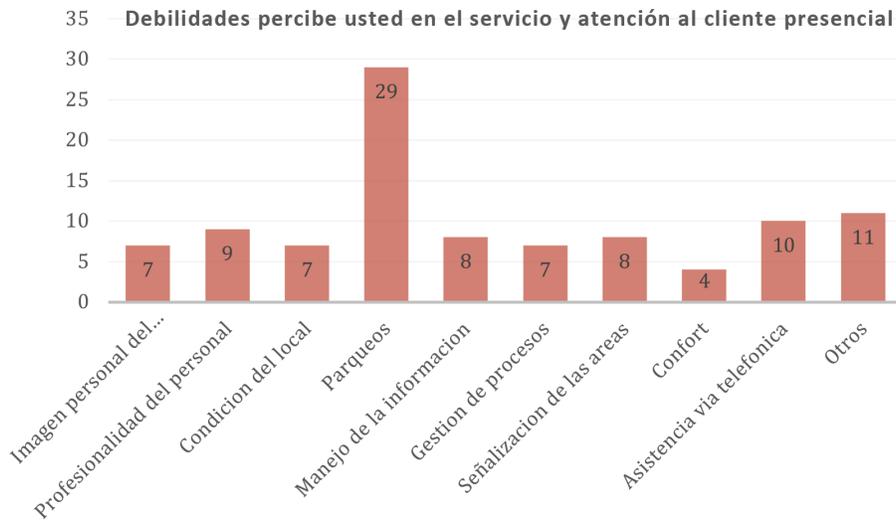
Anexos I: Gráficos de la encuesta aplicada a clientes de Baltimore Dominicana

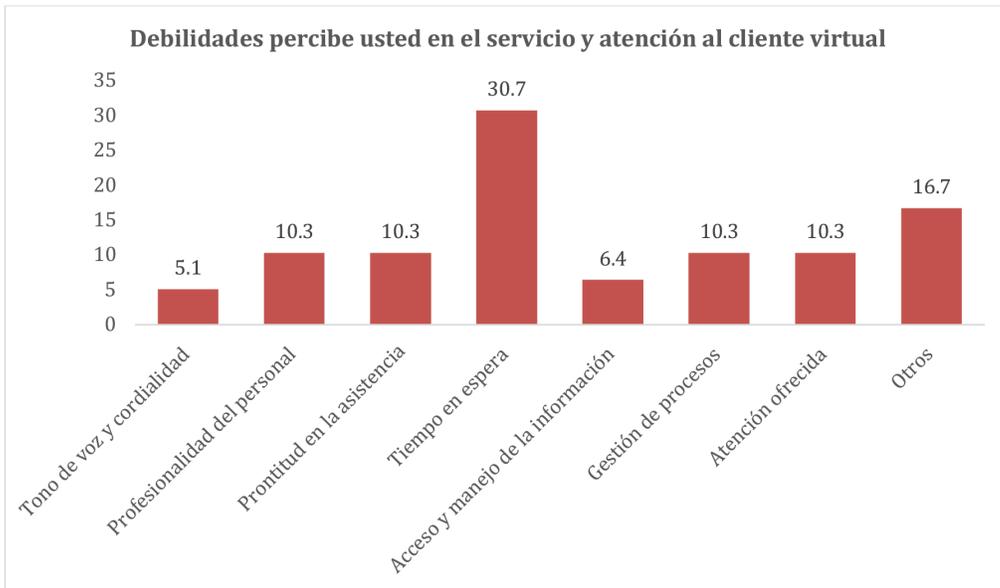
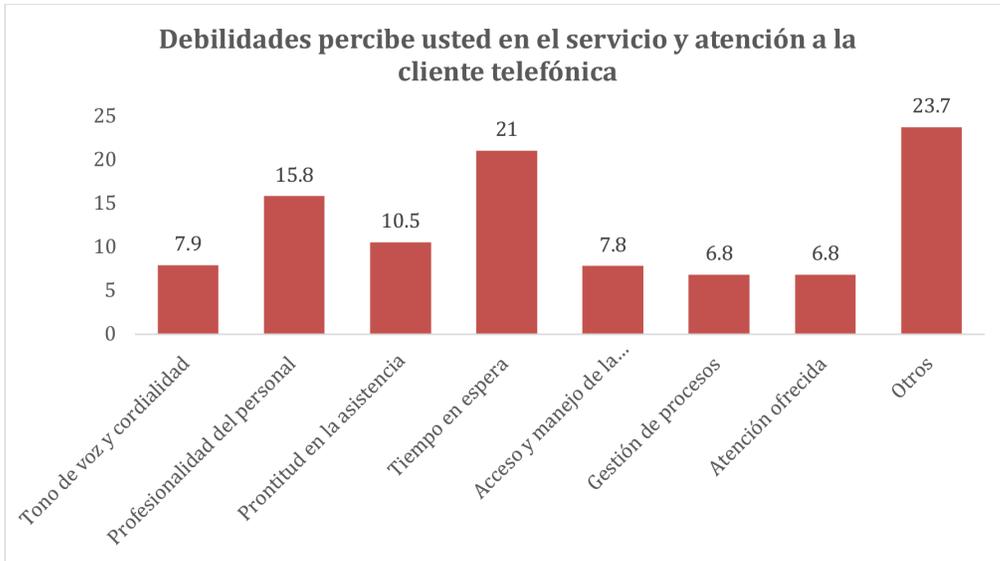


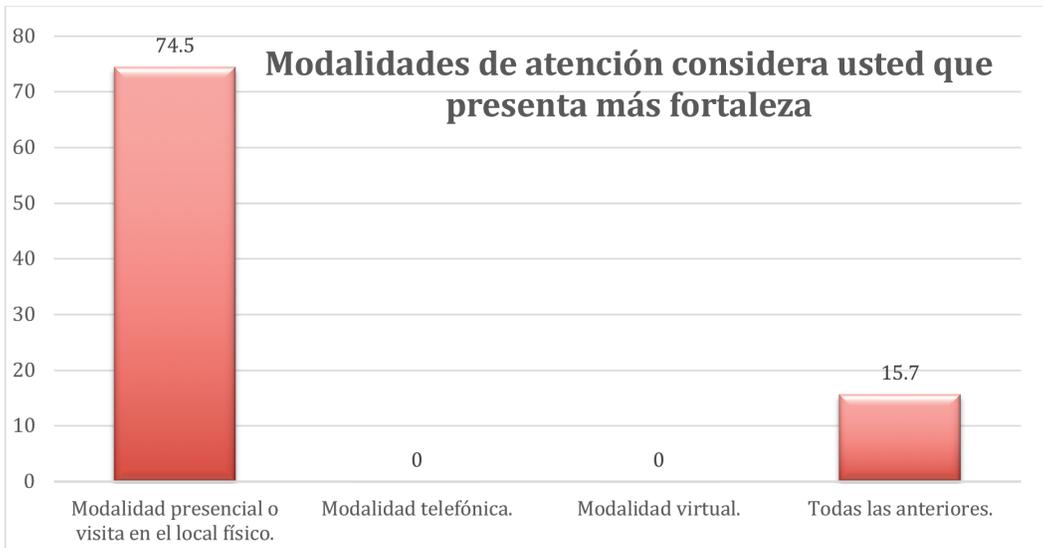
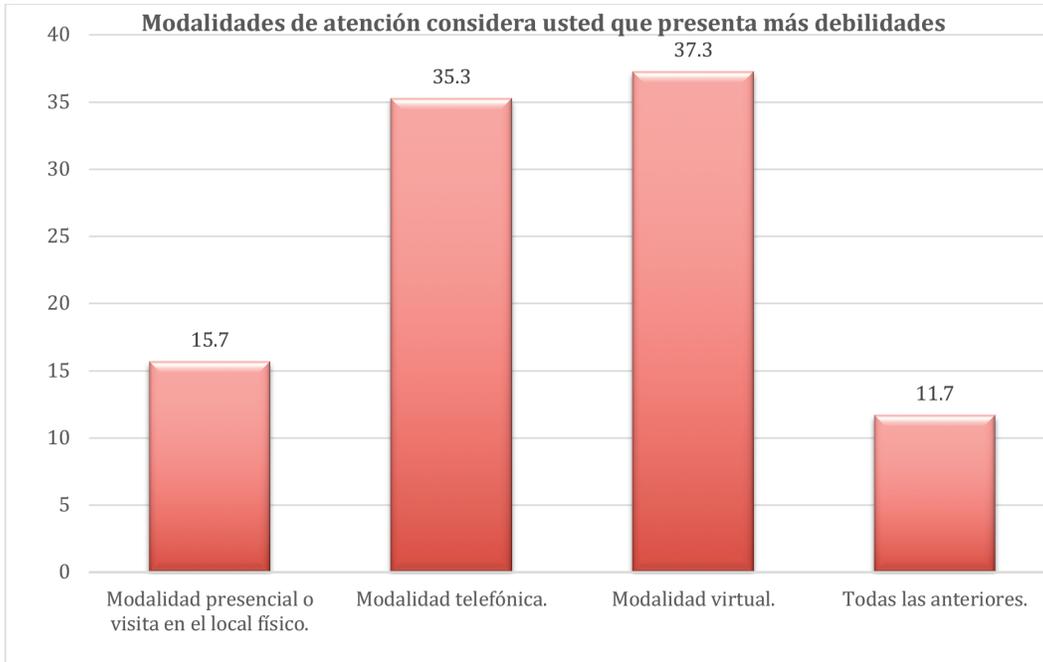
### Modalidades de atención utiliza con mayor frecuencia



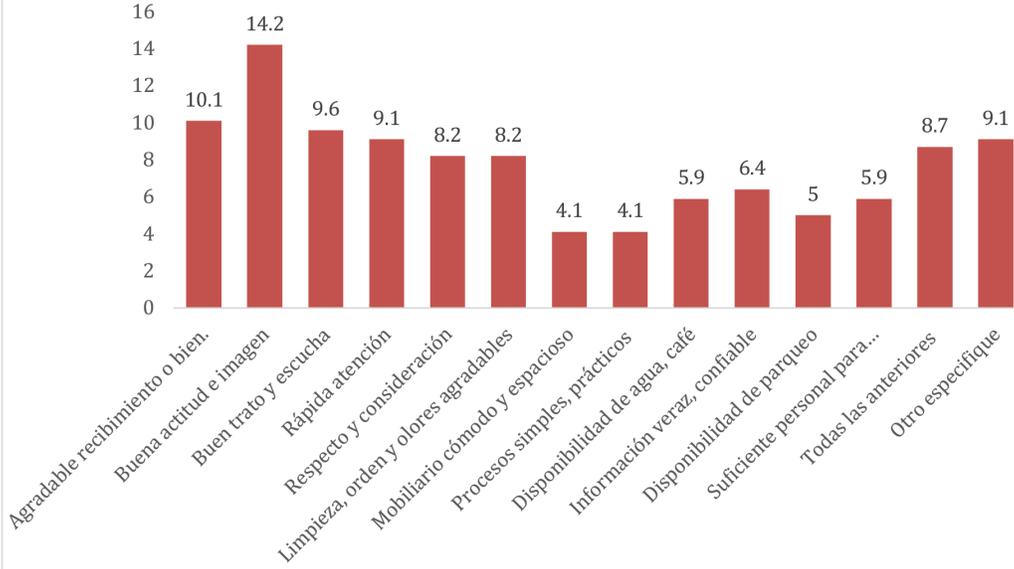
### Debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente presencial



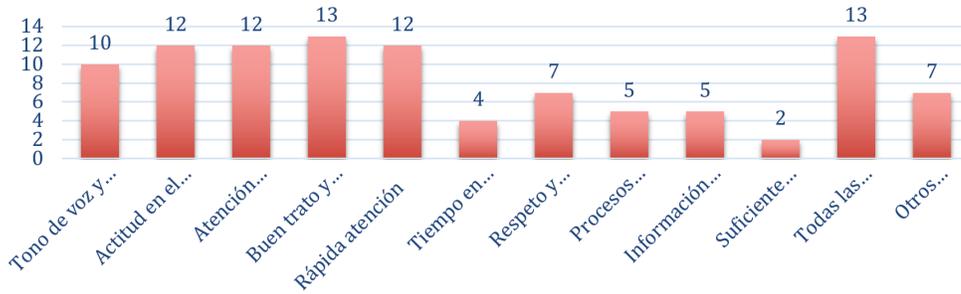




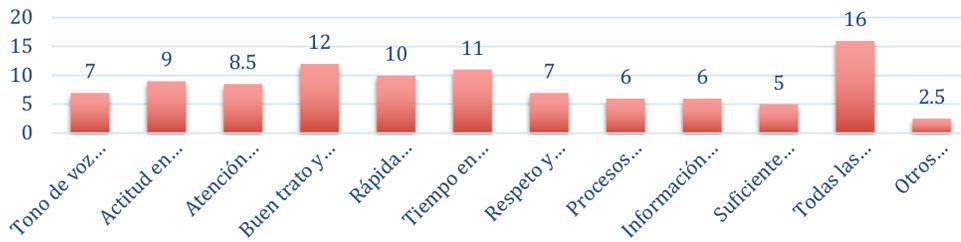
**Aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente presencia**



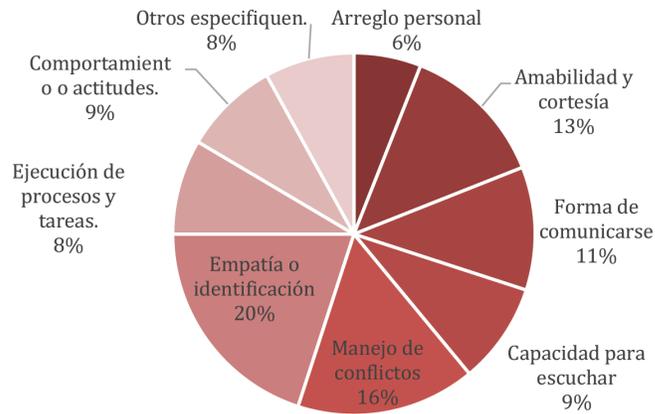
**Aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención a la cliente telefónica**

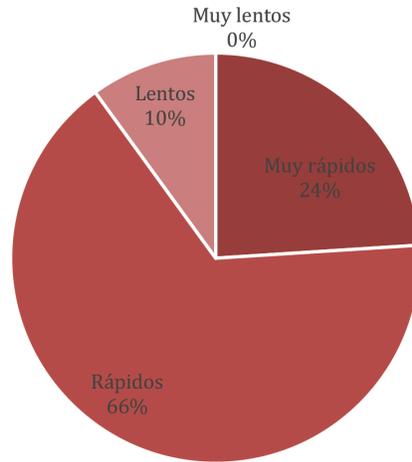


**Aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente virtual**

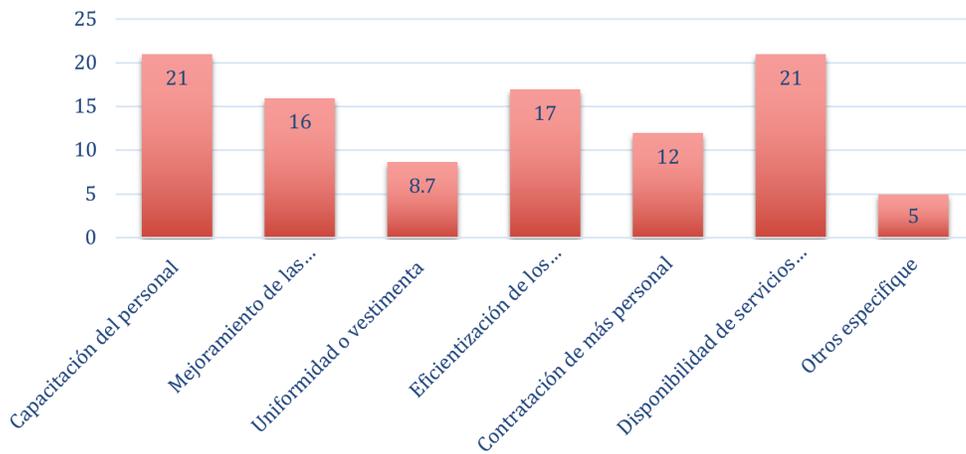


**Considera usted deben fortalecerse o mejorarse los proveedores o colaboradores que ofrecen servicio y servicio al cliente**

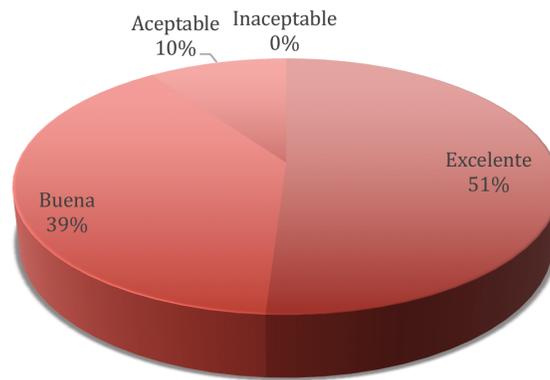


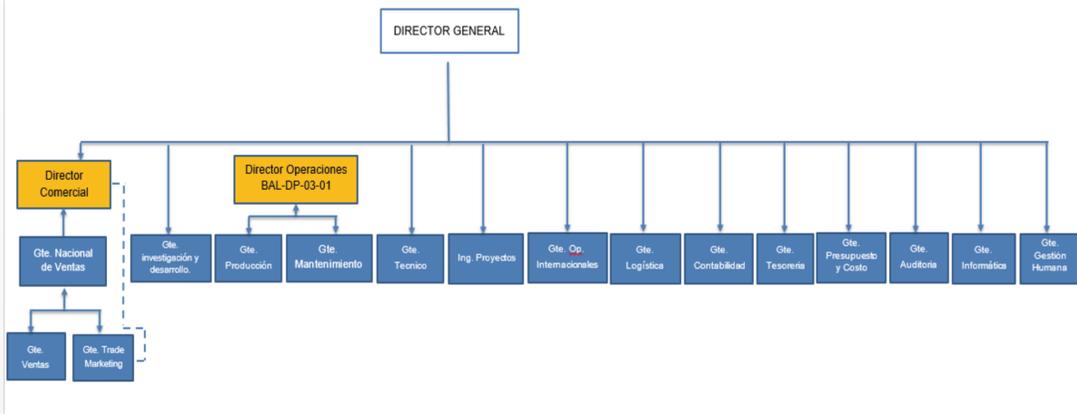


### Sugerencias de mejora le daría usted a esta empresa para lograr la excelencia



ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades







---

# **BIOGRAFÍA DE LOS AUTORES**

---

## LUZ DEL ALBA ALMANZAR

---

Es como el rocío de cada mañana eso significa mi nombre, Nací en la Ciudad de Tenares Provincia Hermanas Mirabal en un centro privado, El día 28 de marzo del 1995 a las 1;30 pm, Soy la niña deseada por mis padres Antonio Almanzar y Tanmy de la Cruz. Vivo en un campo de mi hermosa ciudad la tierra del cacao mi San Francisco de Macorís, dicho campo se llama porquero ahí fue donde realicé mis estudios primarios y secundarios.

A mis 22 años tuve mi primer niño, Ivan Zorrilla él fue mi propulsor mi mayor fuerza para seguir adelante y así poder darle lo mejor de mí. Inicie mis estudios en la prestigiosa universidad abierta para adultos UAPA en el 2018 para estudiar la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas.

Obtuve mi primer empleo en la empresa de Olorin Industrial lo cual desempeñó el puesto en área de ventas. A mis 25 años tuve a mi segundo retoño Irvin zorrilla él es mi complemento, él es como si fuera yo, a través de ti fulgió lo que hoy es Iviluz. Soy dueña de un pequeño proyecto de cosmética Iviluz Natural Hair, donde fabricamos productos de belleza para todo tipo de pelo, este proyecto fue creado con el propósito de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante la trayectoria de mi carrera y por ende ser la dueña de mi propia empresa.

Soy una mujer muy Emprendedora, Soñadora, Cariñosa, Me gusta establecer amistades, compartir con mis amigos y familiares, Mi tiempo libre es exclusivo para mi familia," tiempo No negociable". Estar con mis niños es como degustar un rico café.

Agradecida inmensamente de papa DIOS por haberme dejado permitir culminar cada una de mis metas, y





***"No juzgues cada día por la cosecha que recoges, sino por las semillas que plantas"***  
**– Robert Louis Stevenson.**

---

lograr mis sueños, agradecida infinitamente a mi madre Tanmy de la cruz que es mi soporte, siempre ha estado en todo momento y sin importar su condición de salud, gracias por tanto amor y tanta dedicación y entrega , sin ti nada de este hubiese sido posible, agradecida inmensamente de ti madre mía , por decirme y repetirme " si te cae levántate y sigue hacia delante mi niña yo me siento muy orgullosa de ti". A mi amado padre Antonio Almánzar por ser mi columna en esta trayectoria de mi vida, por siempre brindarme su apoyo incondicional y por darme las fuerza para seguir hacia delante. A mi hermano Francisco Almanzar por desvelarte conmigo y sacrificar tus domingo para llevarme a la universidad, gracias por darme tu apoyo incondicional en todo momento.

Gracias a mi amiga Aura Joaquín por siempre estar ahí conmigo motivándome y diciéndome tú sí puedes lograrlo, gracias por tu amistad incondicional, Eres la hermana incondicional que me regaló UAPA.

Me siento inmensamente agradecida de mis compañeras Emmy Cleto y Alexandra Peralta por su gran dedicación y esfuerzo durante esta trayectoria, por brindarme el soporte de seguir hacia adelante y culminar juntas este gran sueños. ustedes son extraordinarios.

---

## EMMY FRANCESCA CLETO

---

Nací el 26 de noviembre de 1990, en la ciudad de Constanza, provincia La Vega. Hija primogénita de Carmen Cecilia Cleto Cruz y Carlos Rafael Rodríguez Victoriano. Viví hasta los 17 años en el Río de Constanza, donde realicé mis estudios primarios y secundarios. A la edad de 17 años me trasladé a vivir a Santiago de los Caballeros donde resido actualmente, con la intención de realizar mi primera carrera profesional. A la edad de 26 años me convertí en madre de Emma Adele Peguero Cleto y posteriormente de Avril Isabella León Cleto, mis hijas son mi mayor inspiración, son el motivo por el cual lucho y trato de ser mejor cada día, si a alguien le dedico este proyecto es a ellas.

En el 2018 comenzó a trabajar en la empresa Baltimore Dominicana, luego de esto fue donde me motivé a estudiar nuevamente, esta vez Administración de Empresas, así poder aportar mis conocimientos en dicha institución. Comencé en el departamento de Gestión Humana como Auxiliar Administrativa, donde adquirí tantos conocimientos de diferentes áreas de trabajo, lo cual me aportó tanto durante esta carrera. Hoy pertenezco al departamento de Mantenimiento de Vehículos de la misma empresa. Me siento afortunada de poder pertenecer a la gran familia de Baltimore Dominicana, y de poder realizar un proyecto tan importante como esté, sobre dicha organización.

Agradezco a Dios por esta oportunidad, a mi madre Carmen Cecilia Cleto Cruz, por ser mi fuente de energía, mi soporte, por estar en cada momento, por su amor incondicional para mí, sin ti, esto no sería posible, mami no tengo como agradecerte tanto, porque quien más que tu sabe todo lo que he sacrificado para lograr culminar con éxitos esta carrera. Mi hermana Johanny





***"Cuando sientas que vas a rendirte  
piensa en por que empezaste" -  
—Anónimo.***

---

Cruz que iniciamos este proyecto en un día de locura y hoy ha rendido frutos. Mi amiga y comadre Eloísa Ortega que siempre apostó a mí en este proyecto y me dio su aliento los días que ya no podía más. Mi esposo Waldo León, por esos días donde los planes se tienen que postergar porque tenía que estudiar, por las noches de desvelo, por ayudarme en las clases, por tus aportes gracias a tu experiencia, pero sobre todo por amarme incondicionalmente, gracias a cada uno de ustedes por lo que me dieron sin esperar nada más que esto nuevo título a cambio.

Mis compañeras en este hermoso reto de realizar el proyecto para culminar la carrera, solo me queda decir gracias, porque coincidimos al final pero creo que elegí las mejores, Alexandra y Luz son chicas geniales con un aura única y sé que la vida nos premiará. Todos los que de una forma u otra aportaron para que este proyecto se hiciera realidad muchas gracias.

---

## ALEXANDRA PERALTA ESPINAL

---

Nací el 24 de diciembre de 1988, en el municipio de Monción, provincia Santiago Rodríguez. hija de Jesús María Peralta y Alejandrina Espinal. Viví hasta los 20 años en Monción donde realicé mis estudios primarios y secundarios. A la edad de 21 años me trasladé a vivir a San Francisco de Macorís donde resido actualmente, me convertí en madre de dos hermosas niñas Greyliz Baldera Peralta y Adrianny Rosa Peralta. Luego de esto me motivé a realizar la carrera de Administración de Empresas en base a brindarle un mejor futuro a mis hijas y poder ser un ejemplo de superación y dedicación para ellas.

Hasta el día de hoy puedo decir que mis conocimientos realizando esta hermosa carrera han crecido tanto para mi desarrollo personal como profesional. Actualmente trabajo en Inversiones Acosta Matos desempeñándome como secretaria corporativa, aquí he crecido aún más porque me han dado la oportunidad de poner mis conocimientos en práctica.

Agradezco a Dios por dejarme cumplir unas de mis metas y fue llegar hasta aquí. Este logro se lo dedico a mi adorado abuelo Dhimas Peralta que desde niña dio todo por mis estudios sé que desde el cielo estás orgulloso de mi. ha mis hijas que siempre han sido mi motor para poder lograr esto. A mi esposo Adrian Rosa que desde el principio estuvo ahí brindándome apoyo y motivación y ha sido parte de este recorrido tan importante para mí.





***"Una derrota no es el peor fracaso.  
No haberlo intentado es el verdadero  
fracaso."***

***– George Edward Woodberry***

---

Michel Lugo, Jocarly Pichardo, Fior D' aliza Castillo, Lidia Rosa, Yadira Henriquez, Jennifer Marcano, Jacqueline Gomez, Gray Baldera, Andy de León. Que desde el comienzo de mi proyecto me apoyaron y me brindaron palabras de motivación para emprender en este trayecto.

A mis colegas Luz Del Alba Almanzar y Emmy Franchesca Cleto porque fueron parte importante de este proyecto y que sin su ayuda no hubiese sido posible.

Gracias a todos los que de una u otra manera me apoyaron y apostaron a mí.



*Al servicio de tu gusto.*