



**Licenciatura en Administración de Empresas**

**Diplomado interdisciplinar de intervención con  
enfoque en:**

**GESTIÓN INTEGRAL DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

**Proyecto:**

**Gestión integral de servicio y atención al cliente de  
la empresa NOJAR SRL.**

**Autores:**

Delmi del Carmen Méndez Rodríguez  
Marlene Mercedes Méndez Rodríguez

**Facilitadora Acompañante:**

Eliana Campos Taveras

**25 de enero de 2023  
Santiago de los Caballeros,  
República Dominicana**

## Índice de Contenido

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
<b>GLOSARIO. ....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>SECCIÓN I: FUNDAMENTOS DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.....</b>	<b>8</b>
1.1 Definición de servicio y atención al cliente. ....	9
1.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia. ....	9
1.3 Propósitos fundamentales del servicio y atención al cliente. ....	10
1.4 Debilidades comunes en el servicio y atención al cliente de empresas dominicanas.....	11
1.4 Principales características, ventajas y desventajas de las siguientes Modalidades del servicio y atención al cliente: Modalidad Presencial, Modalidad Telefónica y Modalidad Virtual.....	12
1.6 Factores o componentes que intervienen en un proceso de servicio y atención al cliente. ....	14
<b>SECCIÓN II: CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO. ....</b>	<b>16</b>
2.1 Nombre registrado de la empresa.....	17
2.2 Registro Nacional de Contribuyente (RNC). ....	17
2.3 Ubicación y teléfono.....	17
2.4 Nombre del contacto o colaborador. ....	17
2.5 Historia de la empresa. ....	18
2.6 Misión, visión y valores organizacionales. ....	18
2.7 Logo y eslogan.....	19
2.8 Mercado Meta. ....	20
2.9 Estructura organizacional, total de empleados y organigrama.....	20

2.10 Productos y Servicios que ofrece en el Mercado. ....	21
2.11 Modalidades de servicio que usa. ....	21
2.12 Principales políticas de servicio y atención al cliente. ....	22
<b>SECCIÓN III: CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO. ....</b>	<b>23</b>
3.1 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente presencial. ....	24
3.2 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente telefónica. ....	25
3.3 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente a través de asistencia virtual. ....	26
<b>SECCIÓN IV: DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN MANUAL CORPORATIVO DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE. ....</b>	<b>28</b>
4.1 Aplicación diagnósticos valorativos en la empresa. ....	29
4.2 Estudio de mercado. ....	29
4.3 Presentación resultados encuesta. ....	30
4.4 Creación del perfil proveedor de servicio y atención al cliente. ....	51
4.5 Elaboración de protocolos de servicio y atención al cliente. ....	51
4.6 Creación de políticas estratégicas de servicio y atención al cliente. ....	51
4.7 Diagramación o creación del manual digital. ....	52
<b>CONCLUSIONES. ....</b>	<b>53</b>
<b>BIBLIOGRAFÍAS. ....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS. ....</b>	<b>58</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

En este proyecto final de Gestión integral de servicio y atención al cliente de la empresa NOJAR SRL. Basado en lo que es un buen servicio y atención al cliente para las empresas dominicana. Se desarrollarán temas de informaciones de la empresa y todo tema relacionado a realizar y ofrecer un buen servicio y atención al cliente de excelencia.

En la sección I. Fundamentos de servicio y atención al cliente, vamos a desarrollar el contexto del servicio y atención al cliente empresarial el cual va dirigido a la conceptualización de servicio y atención al cliente, la importancia de ofrecer un servicio de atención al cliente con excelencia, sus propósitos fundamentales, además de esto exponemos las debilidades de la empresa sobre el tema de servicio y atención al clientes, al igual que mencionamos las diferentes modalidades y sus ventajas y desventajas del mismo, abordamos también los principales factores o componentes que intervienen en el proceso de servicio y atención al cliente.

En la sección II, serán tratados y definidos el contexto empresarial de la empresa, en el cual esta establecidos el nombre de la empresa, su Registro Nacional de Contribuyente (RNC), y su Registro Mercantil, los cuales hacen referencia que es una empresa establecida en el marco de la Ley, su actividad económica y a qué mercado va dirigida la empresa ,también se muestra una breve reseña histórica de la empresa en la cual se habla de sus inicios de sus dueños y la descripción general de esta, así como también muestra su filosofía de negocio cual está definido en misión, visión, valores y objetivos, su estructura organizacional está definida por departamento, total de empleados, y organigrama, del mismo modo su mercado meta, modalidades del servicio que ofrece la empresa y sus políticas externas e internas. en el mismo orden su producto y servicio que ofrece esta empresa, así dejando un horizonte claro sobre lo que es la empresa NOJAR SRL.

En la parte de la sección III. Contexto empresa seleccionada para el proyecto, están las diferentes modalidades las cuales constan con las modalidades presenciales, telefónicas y virtuales, están definidas por fortalezas y debilidades,

las cuales las empresas deben conocer y tener manejos de las misma, detallaremos de forma precisa, las fortalezas y debilidades de la empresa NOJAR S.R.L en las diferentes modalidades que tiene la empresa.

En la sección IV. Diseño y estructuración manual corporativo de servicio y atención al cliente, en esta sección desarrollaremos todo los diagnostico valorativo de la empresa que utilizamos y analizamos a la hora de seleccionar esta empresa para nuestro proyecto final de curso final de grado, estará definido como analizamos e investigamos el mercado meta de la empresa, el cual lo hicimos a través de encuestas digitales.

Del mismo modo definiremos la metodología utilizada para la creación de los perfiles de los proveedores de servicio y atención al cliente de la empresa destacamos como debe ser el perfil del proveedor del servicio y atención al cliente empresarial en sus diferentes modalidades, recordando que cada modalidad tiene perfiles diferentes se manejan de diferentes maneras y cada uno consta con sus competencias las cuales son las técnicas, procedimentales y actitudinales, teniendo en orden estas competencias el perfil del proveedor debe manejarse de manera excelentes, de igual forma explicamos como desarrollamos los protocolos de servicio y atención al cliente para la empresa, los cuales son una guía detallada que describe la forma en que los empleados deben actuar con el cliente al momento de establecer contacto o dar seguimiento a las interacciones.

Se detalla de manera breve cuales herramientas y estrategia utilizamos para definirle a la empresa NOJAR SRL, sus políticas estratégicas para brindar un servicio y atención al cliente de excelencia y calidad, para así mismo con ellas atraer más clientes y fidelizar lo que ya son clientes de la empresa.

Y por último desarrollamos la diagramación o creación del manual digital, en el cual explicamos de manera precisa cada uno de los pasos que efectuamos para la realización y creación del manual corporativo de servicio y atención al cliente para la empresa NOJAR SRL.

Luego de las secciones ya detalladas y definidas, en el último punto se encuentran las conclusiones, bibliografía y anexos.

**GLOSARIO.**

**Servicio:** Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos.

**Cliente:** Es la persona que compra un producto o servicios para satisfacer su necesidad.

**Atención al cliente:** Es el acto en el cual se proporciona soporte a los clientes de una entidad.

**Empresa:** Es una entidad que se encarga de ofrecer productos y servicios a los consumidores.

**Política de la empresa:** Son las normas internas que se realizan para regularizar las leyes de una empresa.

**Mercado meta:** Lo podemos definir como el grupo de clientes al cual vamos a dirigir nuestros productos y servicios.

**Protocolo:** Los protocolos de servicio y atención al cliente son una guía detallada que describe la forma en que los empleados deben actuar con el cliente al momento de establecer contacto o dar seguimiento a las interacciones

**Proveedor:** Es una persona o un negocio que vende productos o brinda servicios con fines de lucro.

**Perfil de Personalidad:** Es un esquema que reúne diferentes aspectos del sentir y actuar de una persona.

**Modalidad presencial de servicio:** Se caracteriza por ser la modalidad que se da en el encuentro del servicio y atención al cliente de manera presencial.

**Modalidad telefónica de servicio:** La comunicación se produce en un entorno que no cuenta con la presencia física del cliente, al no existir ésta, el medio de transmisión más habitual es el teléfono.

**Modalidad virtual de servicio:** Los servicios de bajo contacto implican muy poco o ningún contacto físico entre los clientes y los proveedores de servicio.

## INTRODUCCIÓN

Este es el Proyecto final destinado al servicio y atención al cliente de las empresas, contribuye una serie de definiciones de lo que es el servicio y atención al clientes e informaciones relevantes que se utilizaron para la elaboración del manual de servicio y atención al cliente de la empresa NOJAR SRL.

En este proyecto final de Gestión integral de servicio y atención al cliente de la empresa NOJAR SRL nuestro objetivo es que sirva de guía y organización a la empresa para que pueda garantizar la excelencia de servicio en cada una de sus modalidades de servicios y atención al cliente, que cada uno de los colaboradores trabajen en equipo y organización ya que cuentan con el manual que le ofrece un trabajo optimo y eficiente.

Este manual fue creado como un proyecto de intervención de la universidad abierta para adulto UAPA, con el propósito de diseñar a la empresa las herramientas que son necesaria para un buen manejo de servicio y atención al cliente, ofreciéndoles tácticas basadas en los protocolos, perfiles de los proveedores, políticas y estrategias que debe manejar la empresa para proporcionarse como una empresa en excelencia en el servicio y atención al cliente.

Tiene como importancia que la empresa tenga una herramienta de como dirigir cada modalidad de servicio que utiliza la empresa, que cada colaborador pueda manejar dicha información dé cómo es el manejo de atención y servicio al cliente en cada modalidad y cada servicio que oferta la empresa.

Para la realización de este manual la empresa fue investigada profundamente, se realizó el desarrollo de un FODA, se hizo levantamientos en las áreas del personal de servicio y atención al cliente, realizamos una encuesta elaborada de forma online en Google Forms, la cual fue dirigida a los clientes destacando las modalidades de servicio al cliente y opiniones de los clientes sobre los diferentes servicios ofrecidos, utilizamos plantillas para la organización de los protocolos y perfiles de los proveedores de la empresa para ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.

**SECCIÓN I: FUNDAMENTOS DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.**

### **1.1 Definición de servicio y atención al cliente.**

Servicio al cliente es todo el asesoramiento y la asistencia que podemos proporcionarle a nuestro cliente antes y después de la compra o el servicio.

Atención al cliente es el acto en el cual se proporciona soporte a los clientes de una entidad, se centra a resolver problemas y a garantizar una buena experiencia de compras y servicios

(John Rathmell) los definió, en términos generales, como “actos, obras, ejecuciones o esfuerzos”, y planteó que tenían distintas características que los bienes, los cuales definió como “artículos, aparatos, materiales, objetos o cosas” libro marketing de servicio pagina 14 sexta edición.

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

Es de gran importancia en la actualidad porque cuando una empresa brinda con eficaz el servicio y atención al cliente podemos decir, que esta es la mejor forma en la que puedes dar a conocer tu negocio, donde los clientes busca atención y que puedan darles las soluciones a los problemas rápidamente que puedan responderle las inquietudes con agilidad al cliente, esto lo ayudara a que la empresa pueda destacarse dentro de las competencias, porque cuando una empresa tiene un personal comprometido y un excelente programa de capacitación pueden dar lo mejor en si a sus clientes.

Porque los clientes siempre van a querer el mejor trato, que les hagan sentir en confianza, que su experiencia sea de las mejores, les hagan sentir realmente que son apreciados y valorados, esto realmente los hará volver y hará crecer la empresa frente a la competencia.

Servicio implica mantener a los clientes existente, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión de la empresa que lo induzca a hacer nuevas compras en ellas.

Una empresa que brinde atención con alto nivel esto le aporta ventajas a la empresa como:

- Aumenta la lealtad de los clientes
- Ofrece una mejor marca de empresa

- Permite ahorrar coste en la organización
- Facilita capacitación de nuevo clientes

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa.

### **1.3 Propósitos fundamentales del servicio y atención al cliente.**

Tratar de resolver las incidencias de los clientes, su propósito es disminuir la cantidad de problemas que se presente y darles soluciones lo más rápido posible a los clientes, al escuchar sus quejas y necesidades.

Mejorar la Satisfacción de los clientes, un cliente satisfecho representa el 65 por ciento del volumen promedio de una empresa, donde cada día podrás generar servicio y producto cada vez mejor.

Fidelizar más clientes, al satisfacer el cliente logramos su fidelización, y esto eleva la lealtad de los clientes.

Aumentar la venta, un buen servicio y programa de información a los clientes esto puede restablecer la lealtad hacia la marca generando así la satisfacción del cliente y esto dará mayor productividad a la empresa.

Dar una buena imagen de la empresa, porque un cliente satisfecho y con una experiencia positiva da recomendaciones a sus contactos y nos atraen más cliente.

Si la empresa trata a sus clientes de forma correcta, hace que se sientan como en casa y les transmite la impresión distintiva de que la organización valora su apoyo, los beneficios constituyen el resultado más seguro.

## **1.4 Debilidades comunes en el servicio y atención al cliente de empresas dominicanas**

### **Alto costo de producto respecto a la competencia**

Ofertar productos a precios altos (con relación a la oferta de la competencia) puede generar falta de interés por parte de los clientes, ya que podrían considerar los productos o servicios como algo inaccesible.

### **Respuesta lenta**

También una debilidad común es la respuesta lenta, si la empresa no está dispuesta a dar una atención de calidad es mejor no ofrecerla. Por ejemplo, no decir “contáctanos por Facebook” si nadie va a contestar los mensajes.

Lo mejor es concentrarse en dos o tres medios efectivos que se puedan controlar y responder de manera rápida, como tal vez lo puede ser “el trato personal”, “mensajería por teléfono” o “correo electrónico”.

### **Incumplimiento de las políticas empresariales**

Carecer de políticas empresariales o ignorarlas llevará a la empresa a una alta desorganización y no lograrás sus objetivos propuestos.

### **Ausencia de capacitación**

Si todos los empleados trabajan de manera mecánica y apática, la empresa no verá crecimiento. Una parte fundamental es que el talento humano se desarrolle de forma constante para estar al día en tecnología, herramientas y conocimientos que ayuden a la empresa a elevar su nivel. Por esto la capacitación es clave.

### **Deficiencias en la logística o distribución de productos**

Actualmente, la logística en la distribución de productos es un ramo que se encuentra en constante transformación, sobre todo, con el auge del e-commerce. Un mal manejo de la logística redundará en entregas tardías y clientes insatisfechos. (Licari, 2017)

Saber transformar tus debilidades facilita la toma de decisiones, permite establecer los ajustes necesarios, ya sea para afrontar cambios en el mercado o

la aparición de riesgos, convirtiendo esas desventajas en oportunidades que aporten beneficios competitivos a tu negocio. (Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia. Sexta edición, 2009).

#### **1.4 Principales características, ventajas y desventajas de las siguientes Modalidades del servicio y atención al cliente: Modalidad Presencial, Modalidad Telefónica y Modalidad Virtual.**

**Modalidad presencial:** Se caracteriza por ser la modalidad que se da en el encuentro del servicio y atención al cliente de manera presencial, cuando un asesor está directamente interactuando con el cliente, que sus clientes están en la empresa. Es más directo, involucra facilidad para tratar los temas, implica cuidar el aspecto físico por parte del personal y cada detalle que causará una impresión en el receptor, requiere contar con un amplio conocimiento sobre las políticas a aplicar dependiendo los requerimientos del cliente.

Así como menciona el autor (LOVELOCK, 2004), en su libro Administración de servicios. Primera edición. Los servicios dirigidos al cuerpo de las personas implican acciones tangibles dirigidas al cuerpo de las personas. En este tipo de servicio, los clientes necesitan estar presentes en persona durante todo el proceso de entrega de los servicios para recibir los beneficios que dichos servicios proporcionan.

##### Ventajas

- Una estrecha interacción humana.
- Enfoque completo con el cliente.
- Humaniza la empresa.
- No tiene barreras.
- Fácilmente accesible.

## Desventajas

- Presión de alto rendimiento sobre los agentes.
- Disponibilidad limitada.
- Colas de espera.

**Modalidad Telefónica:** La comunicación se produce en un entorno que no cuenta con la presencia física del cliente, al no existir ésta, el medio de transmisión más habitual es el teléfono.

Para dar un excelente servicio al cliente en esta modalidad es importante tener en consideración que el cliente no está presente, por esta razón debemos saber qué, para optimizar las experiencias, es imprescindible tener cuidado con el tiempo de espera y los menús interminables. Esto debido a que a nadie le gusta esperar para ser atendido, y el consumidor está siempre en búsqueda de formas que le permitan lograr lo que quiere de la manera más rápida posible.

Así como menciona la página (Douglas da Silva, 2020), No importa a qué sector pertenece tu negocio; la atención telefónica debe formar parte de tu estrategia de servicio al cliente. En este tipo de atención exige una serie de reglas o normas de etiqueta para asegurar la satisfacción del cliente.

Este tipo de servicio es muy sencillo de implementar en tu estrategia, incluso puedes contratar una empresa tercerizada para hacerlo, siempre y cuando asegures la calidad de la atención.

Es importante cuidar de aspectos como el tono de voz, la fluidez al hablar, claridad para brindar información, disponibilidad y respuestas ágiles.

- Ventajas
- Menos errores de comunicación.
- Mas fácil de interpretar las emociones del cliente.
- Familiar para los clientes.
- Fácilmente accesible.

## Desventajas

- Requiere una formación más amplia.
- Requiere equipo de apoyo más grande.
- No existe retención de los clientes.

**Modalidad Virtual:** Los servicios de bajo contacto implican muy poco o ningún contacto físico entre los clientes y los proveedores de servicio. El contacto se efectúa a distancia por medio de canales de distribución físicos o electrónicos, una tendencia creciente en la sociedad actual orientada hacia la conveniencia.

Por lo tanto, al brindar una atención virtual, se pueden ofrecer diferentes canales -correo electrónico, chat en vivo, redes sociales- que harán que los clientes se sientan más a gusto a la hora de entrar en contacto con la empresa. La modalidad virtual, en un mundo digitalizado las empresas precisan adaptarse e incluir recursos tecnológicos en su servicio de atención al cliente.

## Ventajas

- Permite explicaciones más largas y personalizadas.
- Documentación instantánea.
- Flexible para los clientes.
- Accesibles para los clientes internacionales.
- Se convierte en forma directa de comunicación.

## Desventaja

- La redacción consume mucho del tiempo para los clientes.
- Largo tiempo de respuesta y resolución.
- Requiere una delegación organizada y el seguimiento de la situación.
- Barrera alta.
- Instrumento débil para el desarrollo de buenas relaciones con los clientes.

## **1.6 Factores o componentes que intervienen en un proceso de servicio y atención al cliente.**

**Confiabilidad.** Los clientes desean que las empresas realicen el servicio deseado de forma fiable, precisa y consistente. Se detectó que una de las mayores causas de insatisfacción de los clientes son las promesas no cumplidas.

**Capacidad de respuesta.** Las empresas deberían mostrar una actitud de ayuda y ofrecimiento de un servicio rápido. Una empresa que responde al teléfono con rapidez cumple esas expectativas.

**Seguridad.** Los clientes dicen que los empleados deberían conocer todos los detalles de su trabajo, mostrarse corteses y proyectar confianza en el servicio que ofrecen.

**Elementos tangibles.** Las instalaciones físicas y los equipos deben ser atractivos y limpios y los empleados deben tener una buena apariencia física.

**Empatía.** Los clientes desean empresas que les ofrezcan un servicio personalizado y que los escuchen. El estudio realizado por (Science, 2011) indica que las personas desean ser tratados como individuos. Desean ser conocidos y reconocidos.

Este deseo está confirmado por un estudio que realizó (Fundación, servicio al cliente, 2011) en el que se descubrió, con asombro, que 68 por ciento de todos los clientes dejan de comprar en las empresas debido a la indiferencia con que son tratados.

En (Week, 1988), publicó un reporte especial sobre el capital humano: “Resulta abrumador que la fuerza detrás del crecimiento económico sean las personas y no las máquinas”. Sin embargo, no es común que los empleados de compañías que contactan a sus clientes comuniquen servicio con sólo una o dos horas de capacitación.

Reflejar un comportamiento adecuado genera un impacto positivo al cliente. Actuar de manera agradable y cordial permite que el cliente tenga un acercamiento con el vendedor.

**SECCIÓN II: CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL  
PROYECTO.**



## **2.5 Historia de la empresa.**

NOJAR, SRL. Es una entidad financiera en la que trabajamos diariamente para mantener y consolidar aún más nuestra posición de liderazgo en el mercado, y que tiene como objeto social otorgar financiamiento de menor cuantía a los empresarios de la pequeña y microempresa. Con su oficina principal ubicada en la Calle del Sol, Plaza Mera, Tercer Nivel, Santiago de Los Caballeros, Rep. Dom.

Nace gracias a la iniciativa de los jóvenes empresarios el señor Jarvis Vargas y Noel Pérez, por una inquietante motivación de abrir una empresa con el concepto de préstamos diarios de rápida aprobación, plazos y cuotas cómodas, tasa competitiva y entrega a domicilio.

NOJAR, SRL tiene como objetivo ofrecer respuestas rápidas a las múltiples necesidades de sus clientes con el fin de cubrirlas de la mejor manera y sobre todo adecuar la forma de pago de acuerdo con sus posibilidades o características de sus negocios.

Nuestros planes de créditos están diseñados, para adaptarse y satisfacer las necesidades del pequeño empresario, garantizando estándares de excelente calidad.

## **2.6 Misión, visión y valores organizacionales.**

### **Misión.**

Ser la institución financiera preferida por la micro y pequeña empresa del país, a través de soluciones financieras innovadoras y rentables, ofreciendo servicios con eficiencia que faciliten el impulso y crecimiento a su negocio.

### **Visión.**

“Ser líder en ofrecer soluciones financieras a nuestro mercado objetivo, comprometiéndose a manejar las mejores opciones de crédito, brindando calidad de servicio, eficiencia y oportunidad.

## Valores

Nuestra cultura organizacional está orientada con valores corporativos que enmarcan el direccionamiento del negocio. Todos interiorizamos estos valores y los practicamos porque hacen parte de nuestras vidas e interactúan en los contextos en que nos desenvolvemos.

**Confianza:** Cultivamos cada relación con integridad realizando nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

**Calidad:** Trabajamos aplicando el mejor esfuerzo en contenido, forma y tiempo, en nuestros compromisos, manteniendo un interés y entusiasmo constante por perfeccionar nuestro trabajo.

**Trabajo en Equipo:** Colaboramos, sumamos esfuerzos y multiplicamos logros, aprovechando la experiencia y cualidades de todos los involucrados, para lograr el objetivo común.

**Responsabilidad:** Cumplimos con nuestro trabajo y somos corresponsables del resultado del trabajo de nuestros compañeros.

**Honestidad:** Somos congruentes con lo que pensamos y hacemos. Y realizamos nuestro trabajo con transparencia y rectitud.

**Flexibilidad:** Somos una organización que se adapta rápidamente a los cambios que exige y plantea el mercado.

### 2.7 Logo y eslogan.



## **2.8 Mercado Meta.**

El mercado meta lo podemos definir como el grupo de clientes al cual vamos a dirigir nuestros productos y servicios.

También podemos decir que es el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing.

La financiera NOJAR, SRL está situada en la ciudad de Santiago en el centro de la ciudad. Nuestro servicio está dirigido a un mercado de pequeños comerciantes, dígase salones de belleza, colmados, cafeterías, talleres de diferentes actividades, entre otros, con el propósito de implementar el financiamiento con prendas sin desapoderamiento, financiamiento de vehículos con un determinado número de agencias. Teniendo en cuenta que el 70% de las personas con pequeñas empresas recurren a préstamos para continuar con sus actividades. Además de que la mayoría de las personas obtienen su vehículo con una parte del dinero financiado.

## **2.9 Estructura organizacional, total de empleados y organigrama.**

La empresa cuenta con la colaboración de una plantilla de 10 empleados, los cuales están disperso en diferentes departamentos y área operativas, los cuales son 4 departamento que garantizan la funcionalidad de la empresa.

**Encargada General:** Asegurar e incrementar la eficiencia, eficacia y calidad de los servicios que ofrece la empresa de manera rentable, conducir la empresa hacia sus objetivos manteniendo el correcto funcionamiento, coordinación y organización de esta.

**Encargado de Cobros:** Coordinar y supervisar el proceso de recuperación de la cartera de créditos y gestión efectiva de la cobranza.

**Ejecutivo de Negocio:** Ofrecer los servicios financieros a clientes potenciales a través de una detención anticipada de las necesidades de estos alcanzando los objetivos establecidos por la empresa. Dar seguimiento constante a los clientes de su zona.

**Oficial de cobros.** Encargado de la gestión de cobranza diaria.

## Organigrama.



### 2.10 Productos y Servicios que ofrece en el Mercado.

NOJAR SRL. Soluciones financieras, es una empresa de servicios dedicada a otorgar préstamos a pequeños negocios ofreciendo préstamos comerciales y personales.

### 2.11 Modalidades de servicio que usa.

La empresa cuenta con tres modalidades de servicio y atención a los clientes:

**Modalidad presencial:** Local físico disponibles para que los clientes puedan visitar la empresa para formalizar su contrato y retiro del prestamos de manera presencial.

**Modalidad telefónica:** Modalidad disponible de respuesta rápida a los clientes de informaciones y solicitudes de nuestro servicio.

**Modalidad virtual (WhatsApp):** Para ofrecer informaciones a nuestros clientes, recibir y enviar imágenes y documentos de este.

## **2.12 Principales políticas de servicio y atención al cliente.**

Las políticas de servicio y atención al cliente que tiene en ejecución la empresa NOJAR S.R.L son las siguientes:

La atención y servicio al cliente serán acciones de alta prioridad y de carácter estratégico.

El departamento de Gerencia deberá asegurarse de que la Organización esté orientada a servir con efectividad al Cliente sea este interno o externo.

El personal de servicio al cliente debe tener siempre normas de cortesía, amabilidad y cordialidad.

Responder oportunamente a las necesidades de los clientes.

Crear espacios en los que las opiniones de nuestros clientes sean el precedente para nuestro óptimo desarrollo.

Ofrecer un óptimo servicio con una amplia explicación de nuestro servicios y condiciones de este.

**SECCIÓN III: CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO.**

### **3.1 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente presencial.**

#### **Fortalezas**

- Tienen una seguridad eficiente que dirige al cliente al lugar indicado donde el cliente quiere dirigirse.
- La gerente administrativa es la persona que recibe al cliente al momento que el cliente solicita un préstamo, es una persona muy amable y con una habilidad excelente.
- Los empleados están debidamente uniformados e identificados con el nombre de la empresa.
- Los empleados responden con facilidad las informaciones que los clientes solicitan.
- Constan con un excelente sistema tecnológico para gestionar los procesos de los préstamos rápidamente a los clientes.
- Atención rápida para que los clientes no tengan que esperar mucho tiempo.
- Excelente comunicación laboral
- Brindan a los clientes permanentes un descuento especial.
- Confiabilidad en la aplicación del servicio.
- Horario completo desde la 8:00 AM hasta 6:00 PM para recibir a los clientes.

#### **Debilidades**

- No tienen el servicio de parqueo disponible.
- El local no está debidamente distribuido para los departamentos que tienen.
- No cuentan con un ascensor para persona que no puedan subir escalera ya que la oficina está en un tercer nivel.
- Falta de capacitación en el encargado de cobro, para gestionarlo rápidamente que el cliente no tenga que esperar.
- Falta de manuales y protocolos de proceso.

- No cuentan con un valor agregado (wifi, brindar una bebida de acuerdo con el clima)
- No cuentan con un programa de formación para un nuevo ingreso.
- Requiere de una recepcionista para que reciba al cliente a la hora que él seguridad lo dirija al departamento indicado.
- Solo se manejan con cheques.
- No tienen varias cuentas bancarias, ya que solo tienen cuenta del Banco Santa Cruz para los desembolsos de los mismo.

### **3.2 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente telefónica.**

#### **Fortalezas**

- Tienen una buena conversación eficaz, para brindar una respuesta asertiva a las solicitudes hechas por los clientes.
- Manejo de un protocolo a la hora de contestar las llamadas.
- Hasta no culminar todas las informaciones necesarias con el cliente, nuestro personal no atiende otras actividades.
- Las quejas y reclamaciones son escuchada y se le ofrece rápida respuesta al cliente a su reclamación.
- Nuestros colaboradores trabajan la solicitud en línea con los clientes.
- Se le ofrece todas las informaciones necesarias del servicio que tiene el cliente con la empresa.
- Son llamados por teléfonos cada cliente, a la hora que el ejecutivo solicita reenganche del préstamo del cliente.
- Confirmación de cheque vía teléfono.
- Buen manejo de actitud a la hora de contestar la llamada cuando llaman cliente irrespetuoso.
- Estar predispuesto a la ayuda que los clientes solicitan.

## **Debilidades**

- No poseen un manual de atención telefónica para nuevos ingresos.
- No cuentan con un personal para recibir todas las llamadas y distribuirla a la persona indicada.
- No todo el personal tiene la misma amabilidad con los clientes.
- Solo cuentan con una línea telefónica.
- Si el cliente no termina la solicitud en una llamada y vuelve a llamar, puede ser que conteste otra persona que no era quien llevaba la solicitud.
- En ocasiones no se utiliza el tono adecuado con los clientes.
- La solicitud en línea es llenada, pero no se le ofrece la aprobación de una vez.
- Las llamadas no son grabadas, por lo que no se tiene una Constancia en la llamada recibida.
- No se registran las llamadas perdidas, para devolver a los clientes.
- La línea local, solamente permite llamadas locales.

### **3.3 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente a través de asistencia virtual.**

#### **Fortalezas**

- Rápida respuesta.
- Personal debidamente alfabetizado para la escritura del texto.
- Notificaciones de cómo estamos trabajando en el proceso con cada cliente.
- Buen manejo del tiempo que se tarda en contestar a cada cliente siempre y cuando estemos en horario de trabajo.
- El cliente puede notificar su pago mediante foto de la transferencia realizada y la empresa le envía su comprobante por esta misma vía.
- Las conversaciones quedan registradas.
- Se pueden realizar recordatorio de cobros mediante difusión en grupos.
- Los documentos del cliente quedan archivados en una primera solicitud.

- Nos permites conocer vía los estados, las diferentes personalidades de nuestros clientes.
- Tiene una gran probabilidad de mejorar la lealtad del cliente.

### **Debilidades**

- Cuentan con poca publicidad.
- No cuenta con ubicaciones en internet para que el cliente pueda dirigirse con facilidad.
- No se toman en cuentas las quejas y reclamaciones por esta vía.
- Las actualizaciones nuevas de esta vía permiten poner los mensajes temporales.
- Los Cliente escriben en horarios no laborables, provoca insatisfacción.
- Acumulación de conversaciones los fines de semana y fuera de horarios.

**SECCIÓN IV: DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN MANUAL CORPORATIVO DE  
SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.**

#### **4.1 Aplicación diagnósticos valorativos en la empresa.**

Para la elaboración del manual corporativo de servicio y atención al cliente de la empresa NOJAR SRL visitamos la empresa nos instruimos en ella sobre el servicio ofrecido, la formación, objetivo y metas de la misma, como está estructurada, los productos ofrecidos, mercado que va dirigido y sus diferentes modalidades de ofrecer sus servicios, indagamos sobre la estructura en el tema de servicio y atención al cliente de la misma, analizamos sus diferentes modalidades de servicio y atención al cliente y funciones de las misma, y del mismo modo hicimos referencia a como está dividida la estructura del servicio.

Realizamos un análisis FODA en el cual estructuramos las fortalezas y debilidades de servicio y atención al cliente de la empresa, analizamos las principales políticas que utilizan para ofrecer el servicio y sus estrategias de servicio al cliente.

#### **4.2 Estudio de mercado.**

Se diseño un cuestionarios de 20 preguntas la cual fueron aplicadas a los clientes de NOJAR SRL, mediante una encuesta digital diseñada por nosotras utilizando Google forms, se envió a los clientes mediante un enlace por WhatsApp, para que llenaran el formulario de las pregunta de manera individual y personalizada y así nosotras conocer mejor los cliente de la empresa sobre su género, posición académica, sus ingresos, tiempo siendo cliente en la empresa, su manejo sobre las modalidades de servicio y cuáles eran sus expectativas sobres las fortalezas y debilidades en las diferentes modalidades de servicio al cliente en la empresa.

Después de aplicar la encuesta a los clientes de la empresa, procedimos a tabular las informaciones de manera organizada mediante una tabla de información, un comentario informativo de cada una de las preguntas haciendo referencias de los porcentajes de mayor a menor, de igual forma se diseñó una gráfica con sus porcentajes de la misma.

### 4.3 Presentación resultados encuesta.

#### PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LA EMPRESA NOJAR S.R.L.

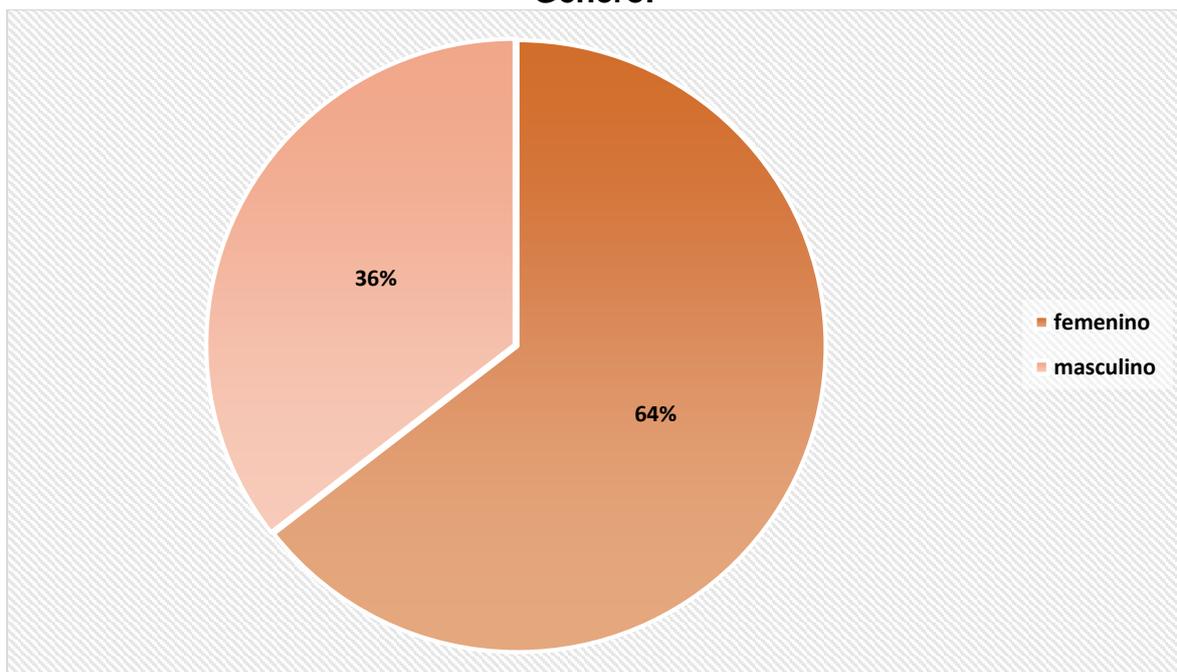
Tabla No. 1

Género.		
Opción	Frecuencia	%
Femenino	20	64
Masculino	11	36
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes géneros. El **64%** de género pertenece a femenino, **36%**, pertenece al género masculino. Lo que evidencia que la mayor participación hacia la encuesta fue el género femenino.

Gráfica No. 1  
Género.



Fuente: Tabla No. 1, pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

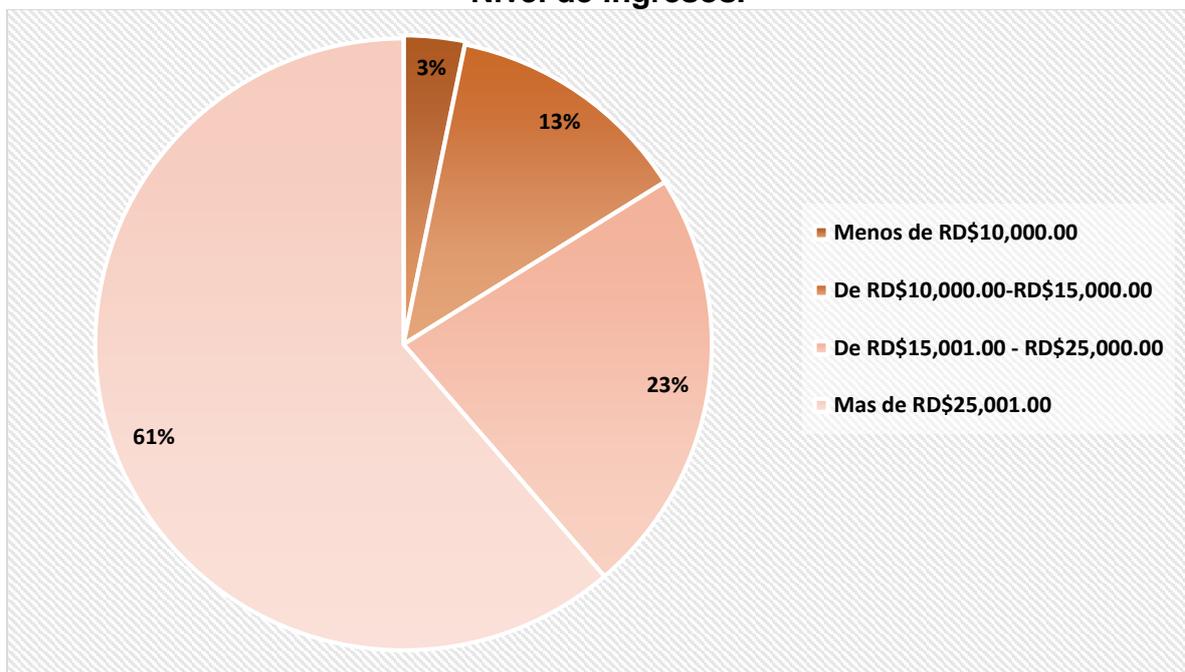
**Tabla No. 2**  
**Nivel de ingresos.**

Opción	Frecuencia	%
Menos de RD\$10,000.00	1	3
De RD\$10,000.00 – RD\$15,000.00	4	13
De RD\$15,001.00 – RD\$25,000.00	7	23
Mas de RD\$25,001.00	19	61
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el nivel de ingresos de los encuestados. El **61%** su nivel de ingreso es más de RD\$25,001.00, **23%**, su nivel de ingreso es de RD\$15,001.00 – RD\$25,000, **13%** su nivel de ingreso es de RD\$10,000.00 – RD\$15,000.00, **3%** su nivel de ingreso es menos de RD\$10,000.00. Lo que evidencia que el mayor ingreso reflejado en los encuestado es mas de RD\$25,000.00.

**Gráfica No. 2**  
**Nivel de ingresos.**



Fuente: Tabla No. 2, pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

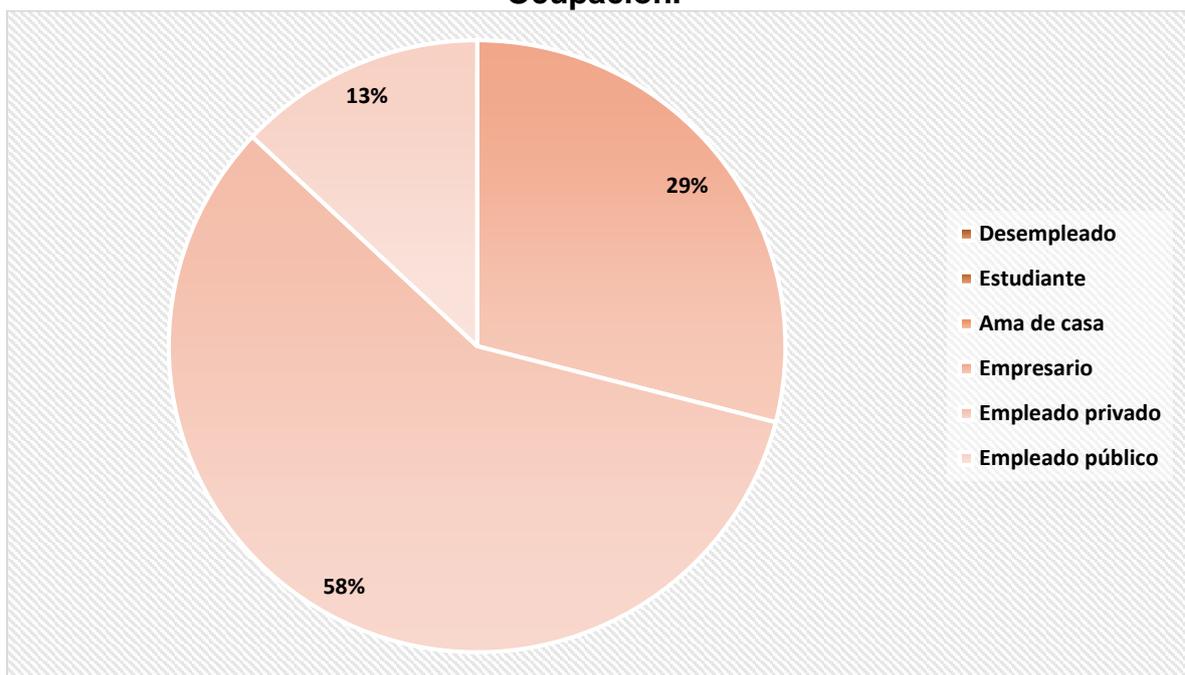
**Tabla No. 3**  
**Ocupación.**

Opción	Frecuencia	%
Desempleado	0	0
Estudiante	0	0
Ama de casa	0	0
Empresario	9	29
Empleado privado	18	58
Empleado público	4	13
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando la ocupación de los encuestados. El **58%**, pertenece a empleado privado, **29%**, pertenece a empresarios y **13%**, pertenece a empleados público. Lo que evidencia que la mayor ocupación hacia la encuesta fueron los empleados privados.

**Gráfica No. 3**  
**Ocupación.**



Fuente: Tabla No. 3, pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

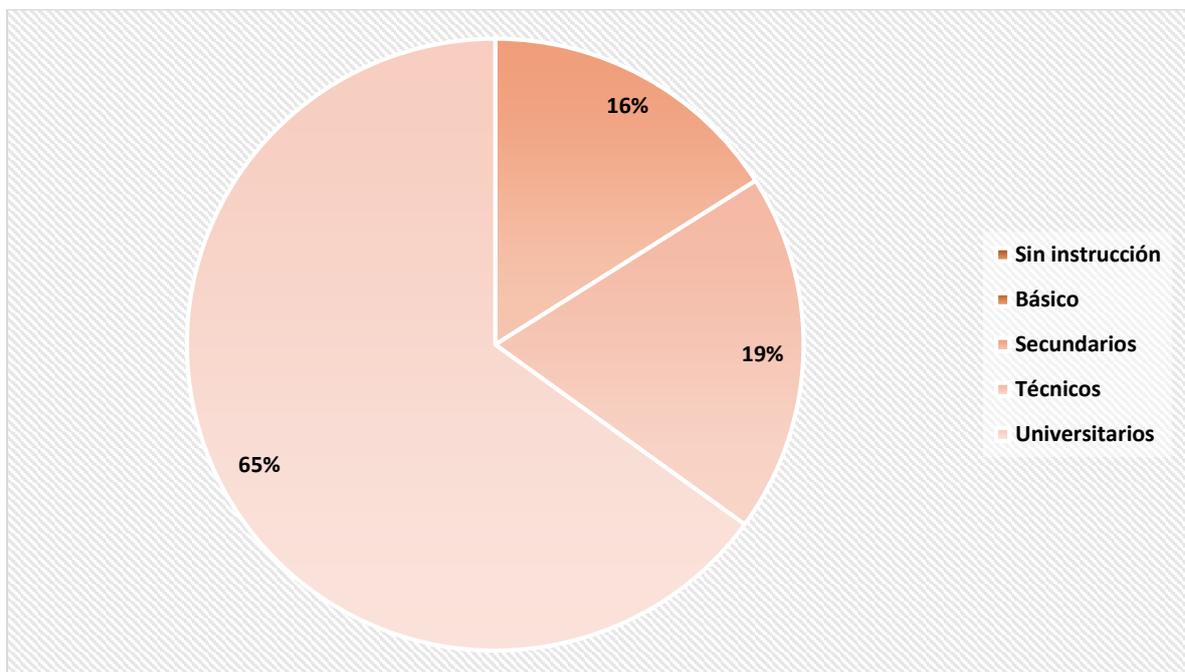
**Tabla No. 4**  
**Nivel de estudios.**

Opción	Frecuencia	%
Sin instrucción	0	0
Básico	0	0
Secundarios	5	16
Técnicos	6	19
Universitarios	20	65
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los niveles de estudios de los encuestados. El **65%**, son universitario, **19%**, estudios técnicos y **16%** estudios secundarios. Lo que evidencia que la mayor participación hacia la encuesta fue el nivel de estudio universitario.

**Gráfica No. 4**  
**Nivel de estudios.**



Fuente: Tabla No. 4, pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

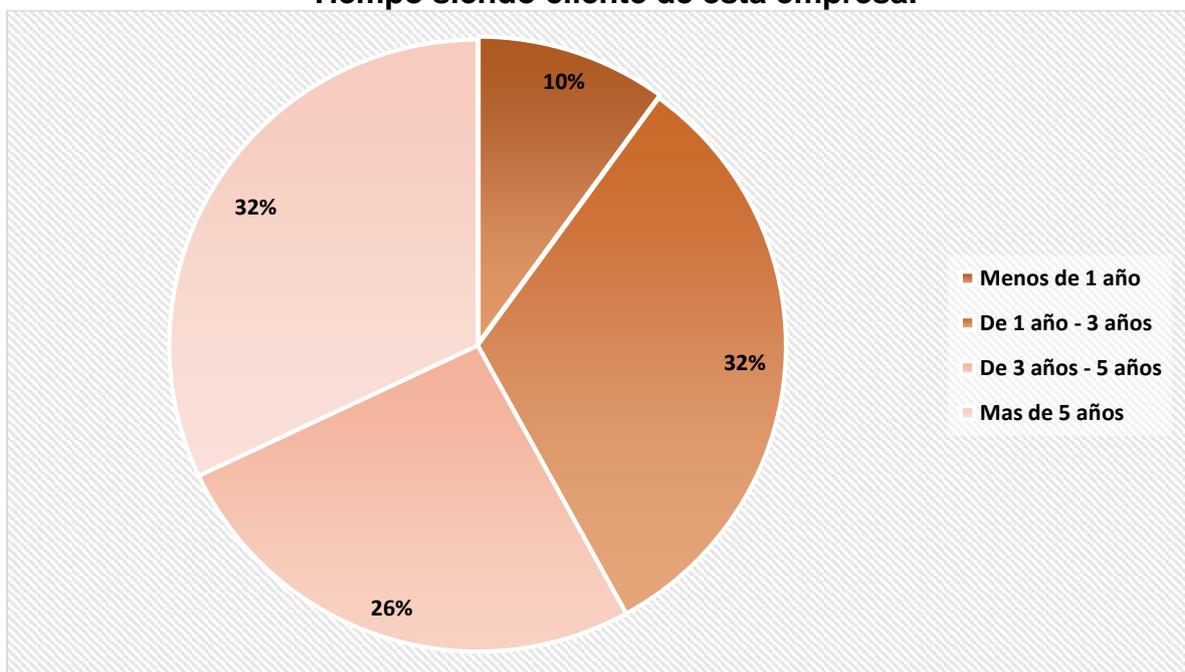
**Tabla No. 5**  
**Tiempo siendo cliente de esta empresa.**

Opción	Frecuencia	%
Menos de un año	3	10
De 1 año – 3 años	10	32
De 3 años – 5 años	8	26
Más de 5 años	10	32
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando el tiempo que tiene siendo cliente de esta empresa el encuestados. El **32%**, de 1 año – 3 años **32%**, más de 5 años, **26%**, de 3 años – 5 años. **10%**, menos de un año. Lo que evidencia que el mayor tiempo del cliente en la empresa es de 1 año a 3 años y más de 5 años.

**Gráfica No. 5**  
**Tiempo siendo cliente de esta empresa.**



Fuente: Tabla No. 5, pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

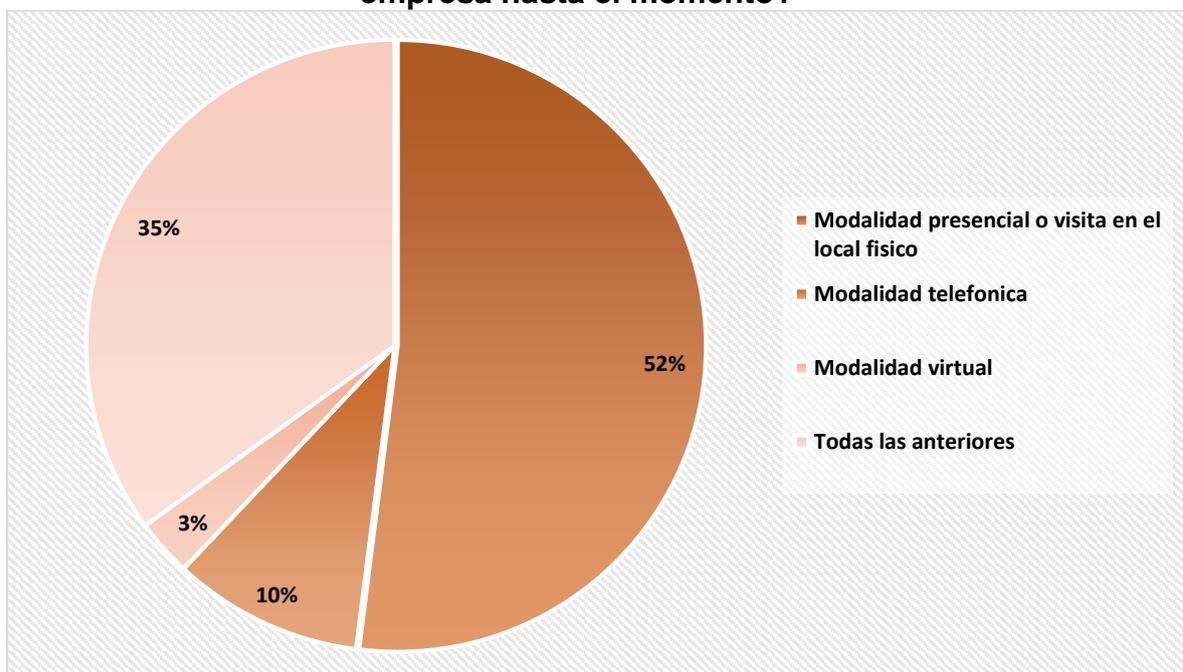
**Tabla No.6**  
**¿Cuáles de las siguientes vías o medios de atención ha utilizado en esta empresa hasta el momento?**

Opción	Frecuencia	%
Modalidad presencial o visita en el local físico	16	52
Modalidad telefónica	3	10
Modalidad virtual	1	3
Todas las anteriores	11	35
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L., se pueden presentar los siguientes resultados considerando los medios o vía de atención utilizado por de los encuestados. El **52%**, modalidad presencial o visita en el local físico **35%**, todas las anteriores, **10%** modalidad telefónica, **3%** modalidad virtual. Lo que evidencia que el mayor medio o vía utilizado por los encuestados es la modalidad presencial o visita en el local físico.

**Gráfica No. 6**  
**¿Cuáles de las siguientes vías o medios de atención a utilizado en esta empresa hasta el momento?**



Fuente: Tabla No. 6, pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

Tabla No.7

¿Cuáles de estas modalidades de atención utiliza con mayor frecuencia?

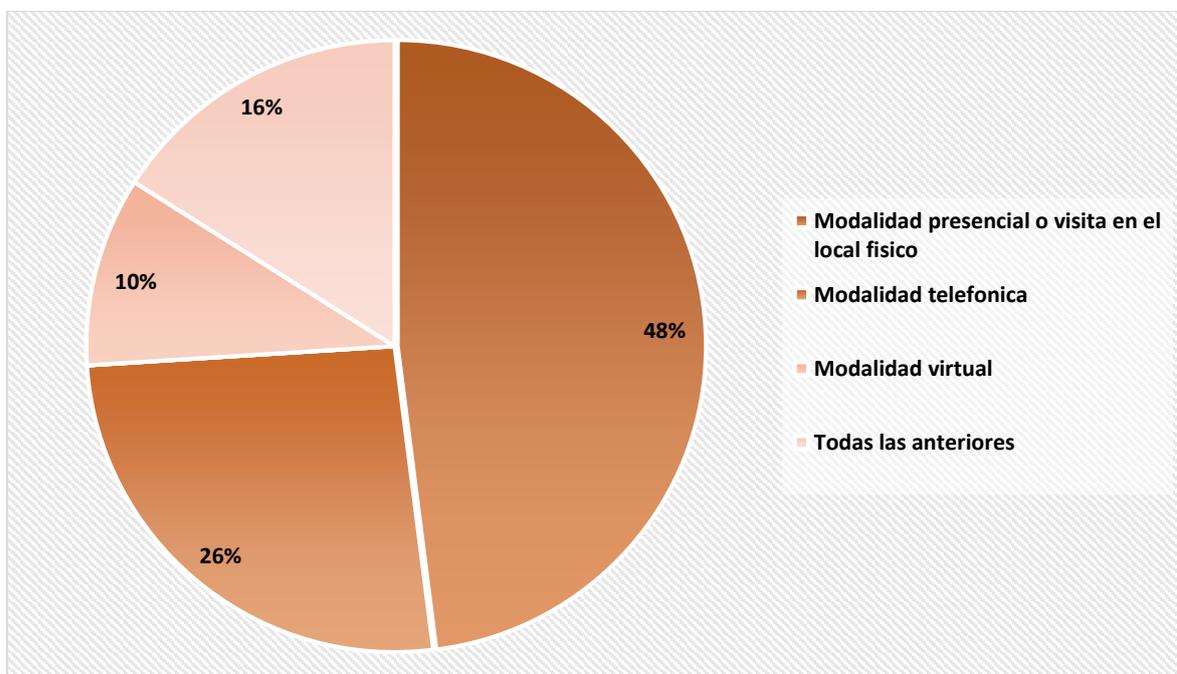
Opción	Frecuencia	%
Modalidad presencial o visita en el local físico	15	48
Modalidad telefónica	8	26
Modalidad virtual	3	10
Todas las anteriores	5	16
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.7 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando las modalidades de atención utilizada con mayor frecuencia de los encuestados. El **48%**, Modalidad presencial o visita en el local físico, **26%**, modalidad telefónica, **16%** todas las anteriores, **10%** modalidad virtual. Lo que evidencia que la mayor modalidad utilizada con frecuencia en los encuestados es modalidad presencial o visita en el local físico.

Gráfica No. 7

¿Cuáles de estas modalidades de atención utiliza con mayor frecuencia?



Fuente: Tabla No. 7, pregunta No.7 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

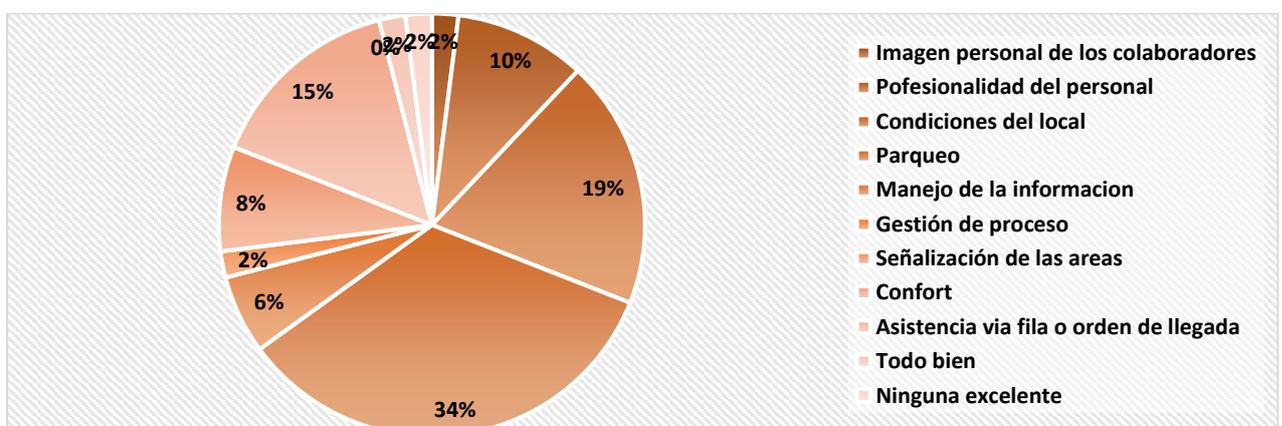
**Tabla No. 8**  
**¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente presencial de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

Opción	Frecuencia	%
Imagen personal de los colaboradores	1	2
Profesionalidad del personal	6	10
Condiciones del local	12	19
Parqueo	21	34
Manejo de la información	4	6
Gestión de proceso	1	2
Señalización de las áreas	5	8
Confort	9	15
Asistencia vía fila u orden de llegada	0	0
Todo bien	1	2
Ninguna excelente	1	2
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.8 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L., se pueden presentar los siguientes resultados considerando las debilidades que percibe el servicio y atención al cliente presencial en la empresa: **34%**, parqueo; **19%**, condiciones del local; **15%**, confort; **10%**, profesionalidad del personal; **8%**, señalización de las áreas, **6%**, manejo de la información; **2%**, imagen personal de los colaboradores; **2%**, gestión de procesos; **2%**, todo bien; **2%** ninguna excelente. Se evidencian como las debilidades mayores que se perciben en la empresa de manera presencial son parqueo, condiciones del local y confort.

**Gráfica No. 8**  
**¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente presencial de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**



Fuente: Tabla No. 8, pregunta No.8 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

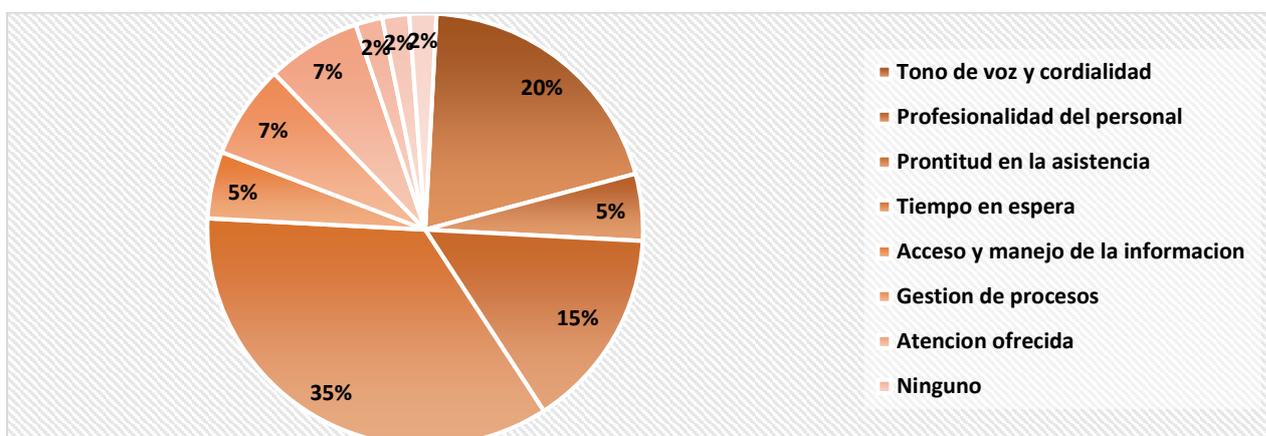
**Tabla No. 9**  
**¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente, telefónica de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

Opción	Frecuencia	%
Tono de voz y cordialidad.	8	20
Profesionalidad del personal.	2	5
Prontitud en la asistencia	6	15
Tiempo en espera	14	35
Acceso y manejo de la información	2	5
Gestión de procesos	3	7
Atención ofrecida.	3	7
Ninguno	1	2
Todo bien	1	2
Hacen buen trabajo	1	2
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando las debilidades que percibe el servicio y atención al cliente, telefónica en la empresa: **35%**, tiempo en espera; **20%**, tono de voz y cordialidad; **15%**, prontitud en la asistencia; **7%**, atención ofrecida; **7%**, gestión de procesos; **5%**, profesionalidad del personal; **5%**, acceso y manejo de la información; **2%**, ninguno; **2%**, todo bien; **2%** hacen un buen trabajo. Se evidencian como las debilidades mayores que se perciben en la empresa de manera telefónica son tiempo en espera, tono de voz, cordialidad y prontitud en la asistencia.

**Gráfica No. 9**  
**¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente, telefónica de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**



Fuente: Tabla No. 9, pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

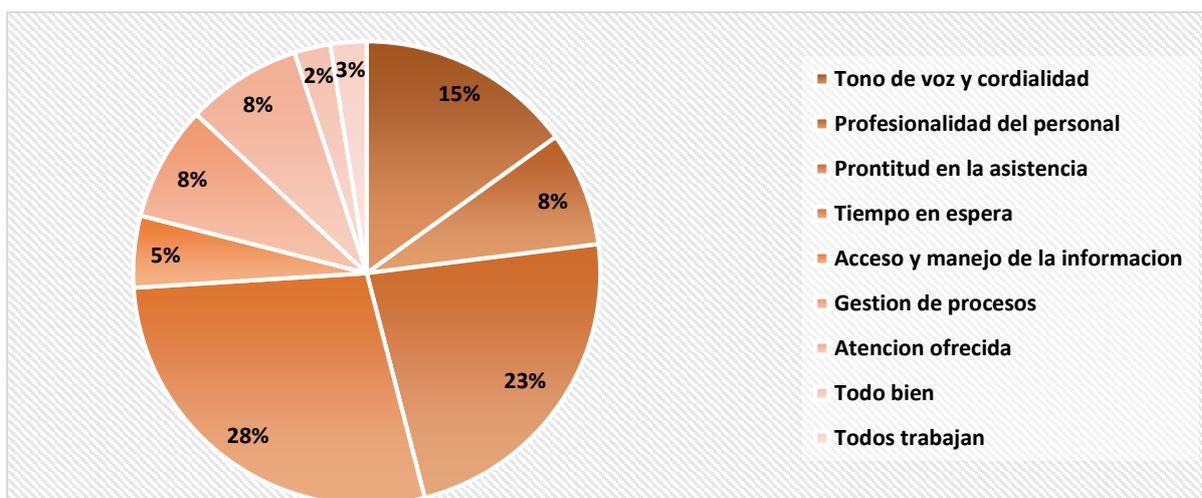
**Tabla No. 10**  
**¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente virtual de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

Opción	Frecuencia	%
Tono de voz y cordialidad.	6	15
Profesionalidad del personal.	3	8
Prontitud en la asistencia	9	23
Tiempo en espera	11	28
Acceso y manejo de la información	2	5
Gestión de procesos	3	8
Atención ofrecida.	3	8
Todo bien	1	2.5
Todos trabajan	1	2.5
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.10 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando las debilidades que percibe el servicio y atención al cliente virtual en la empresa: **28%**, tiempo en espera; **23%**, prontitud en la asistencia; **15%**, tono de voz; **8%**, profesionalidad del personal; **8%**, gestión de procesos; **8%**, información ofrecida; **2.5%**, todo bien; **2.5%**, todos trabajan. Se evidencian como las debilidades mayores que se perciben en la empresa de manera virtual son tiempo en espera, prontitud en la asistencia y tono de voz.

**Gráfica No. 10**  
**¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente virtual de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**



Fuente: Tabla No. 10, pregunta No.10 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

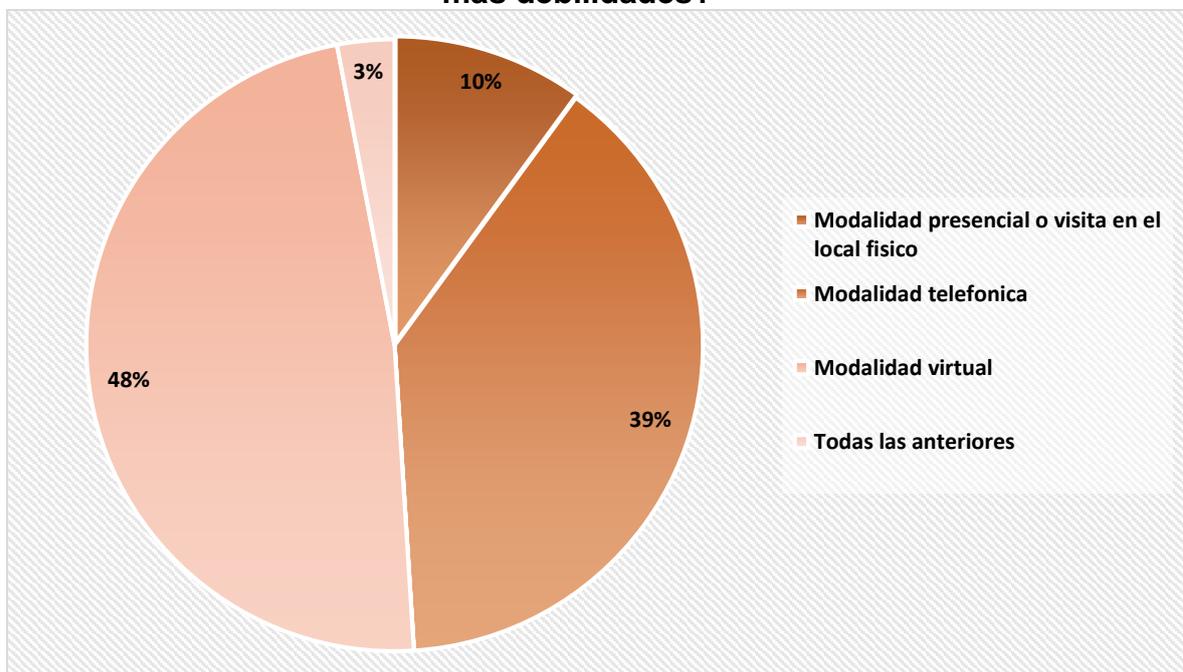
**Tabla No.11**  
**¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más debilidades?**

Opción	Frecuencia	%
Modalidad presencial o visita en el local físico	3	10
Modalidad telefónica	12	39
Modalidad virtual	15	48
Todas las anteriores	1	3
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.11 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L., se pueden presentar los siguientes resultados considerando la modalidad que presenta más debilidades para los encuestados. El **48%**, modalidad virtual, **39%**, modalidad telefónica, **10%**, modalidad presencial o visita en el local físico, **3%**, todas las anteriores. Lo que evidencia que la modalidad de atención que presenta mayor debilidad es la modalidad virtual.

**Gráfica No. 11**  
**¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más debilidades?**



Fuente: Tabla No. 11, pregunta No.11 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

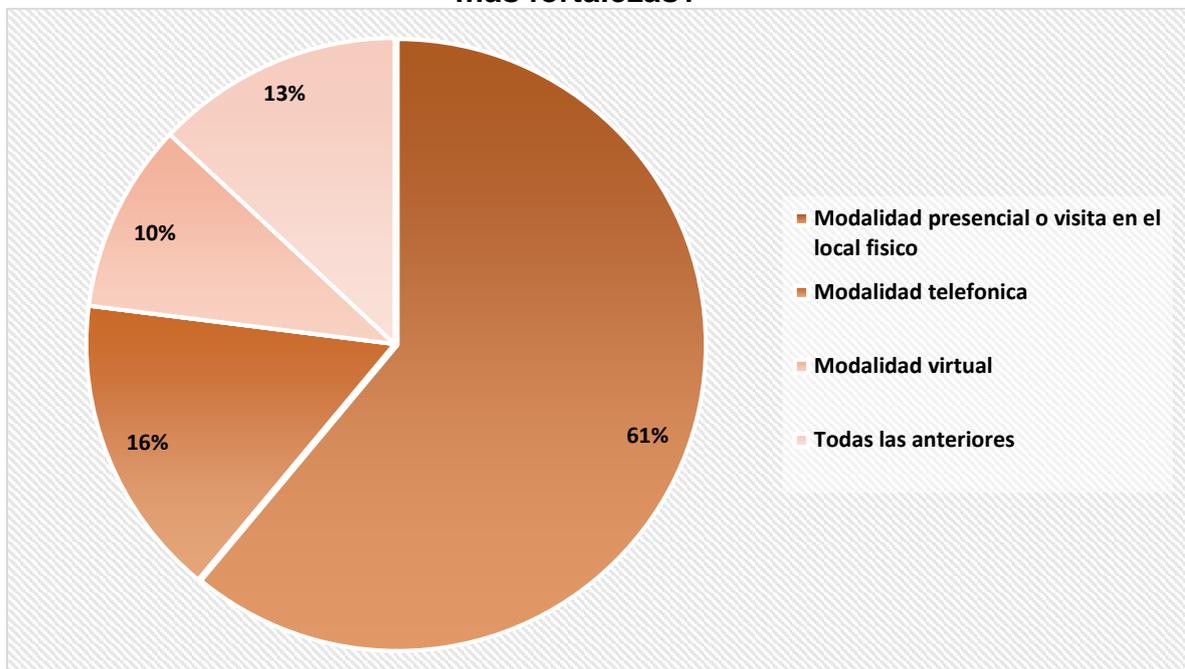
**Tabla No.12**  
**¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más fortalezas?**

Opción	Frecuencia	%
Modalidad presencial o visita en el local físico	19	61
Modalidad telefónica	5	16
Modalidad virtual	3	10
Todas las anteriores	4	13
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L., se pueden presentar los siguientes resultados considerando las modalidades que presentan más fortalezas en la empresa. El **61%**, modalidad presencial o visita en el local físico, **16%**, modalidad telefónica; **10%** modalidad virtual; **13%** todas las anteriores. Lo que evidencia que la modalidad con más fortaleza es la modalidad presencial o visita en el local físico.

**Gráfica No. 12**  
**¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más fortalezas?**



Fuente: Tabla No. 12, pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

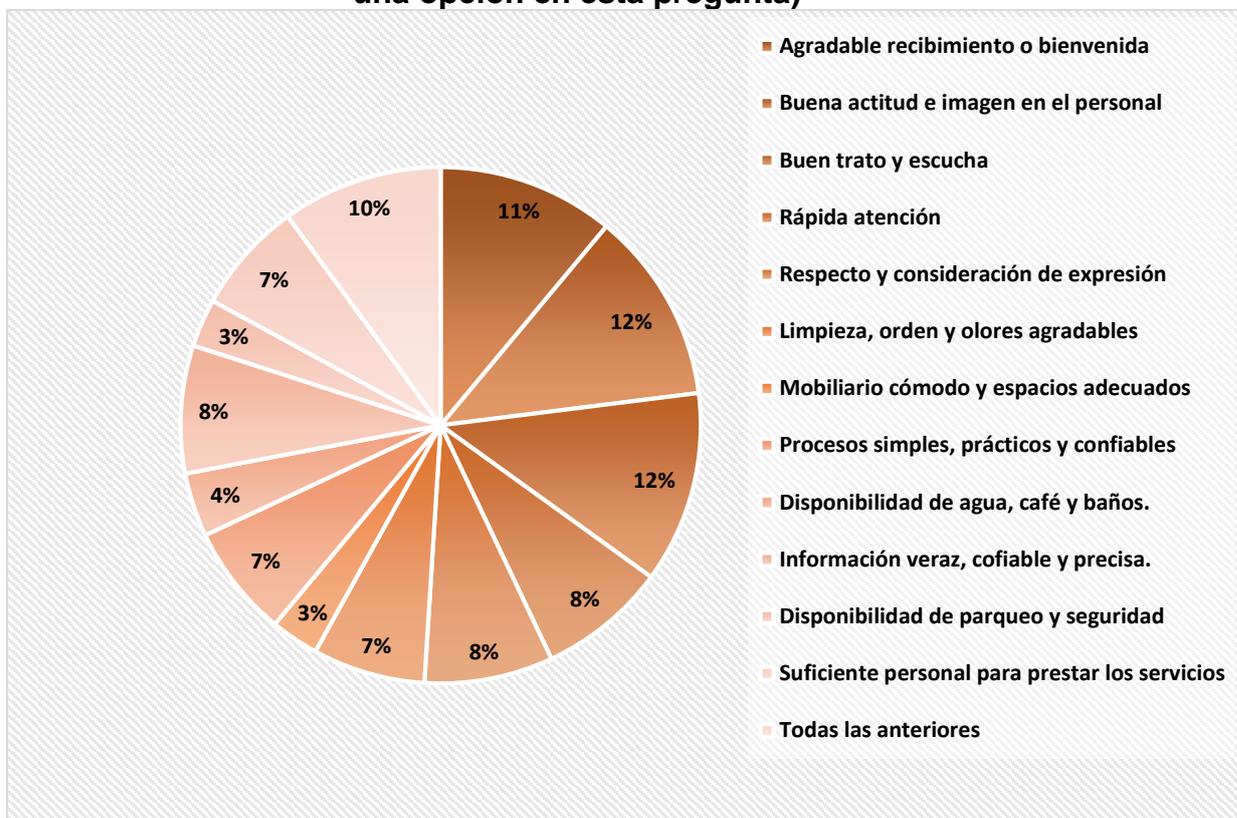
**Tabla No. 13**  
**¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente presencial? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

Opción	Frecuencia	%
Agradable recibimiento o bienvenida	12	11
Buena actitud e imagen en el personal	13	12
Buen trato y escucha	13	12
Rápida atención.	9	8
Respeto y consideración de expresión.	8	8
Limpieza, orden y olores agradables	7	7
Mobiliario cómodo y espacios adecuados.	3	3
Procesos simples, prácticos y confiables.	7	7
.	4	4
Información veraz, confiable y precisa.	8	8
Disponibilidad de parqueo y seguridad	3	3
Suficiente personal para prestar los servicios	7	7
Todas las anteriores.	11	10
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los aspectos que consideran de significativa importancia o valor en el servicio y atención al cliente presencial en los encuestados: **12%**, buena actitud e imagen del personal; **12%**, buen trato y escucha; **11%**, agradable recibimiento o bienvenida; **10%**, todas las anteriores; **8%**, atención rápida; **8%**, respeto y consideración de expresión; **8%**, Información veraz, confiable y precisa; **7%**, limpieza, orden y olores agradables; **7%**, procesos simples, prácticos y confiables; **7%**, suficiente personal para prestar los servicios; **4%**, disponibilidad de agua, café y baños; **3%**, mobiliario cómodo y espacios adecuados; **3%**, disponibilidad de parqueo y seguridad. Se evidencian como los más importantes la buena actitud e imagen del personal, buen trato y escucha y agradable recibimiento o bienvenida.

**Gráfica No. 13**  
**¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente presencial? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**



Fuente: Tabla No. 13, pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Tabla No. 14

¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente, telefónica? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)

Opción	Frecuencia	%
Tono y volumen de voz.	13	16
Actitud en el personal	10	13
Atención inmediata.	8	10
Buen trato y escucha.	11	14
Rápida atención	4	5
Tiempo en espera	3	4
Respecto y consideración de expresión	4	5
Procesos simples, prácticos y confiables.	6	8
Información veraz, confiable y precisa.	4	5
Suficiente personal para prestar los servicios	4	5
Todas las anteriores.	12	15
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los aspectos que consideran de significativa importancia o valor en el servicio y atención al cliente telefónica los encuestados: **16%**, tono y volumen de voz; **15%**, todas las anteriores; **14%**, buen trato y escucha; **13%**, actitud en el personal; **10%**, atención inmediata; **8%**, procesos simples, prácticos y confiables; **5%**, rápida atención; **5%**, respecto y consideración de expresión; **5%**, información veraz, confiable y precisa; **5%** suficiente personal para prestar los servicios; **4%** tiempo en espera. Se evidencian como los más importantes los tono y volumen de voz.

Gráfica No. 14

¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente, telefónica? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)



Fuente: Tabla No. 14, pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

Tabla No. 15

**¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente virtual? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

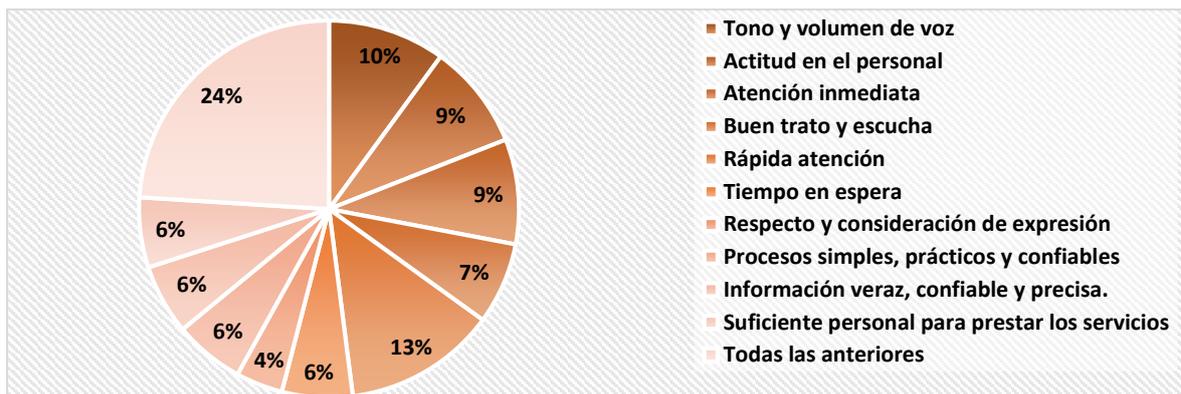
Opción	Frecuencia	%
Tono y volumen de voz.	7	10
Actitud en el personal	6	9
Atención inmediata.	6	9
Buen trato y escucha.	5	7
Rápida atención	9	13
Tiempo en espera	4	6
Respecto y consideración de expresión	3	4
Procesos simples, prácticos y confiables.	4	6
Información veraz, confiable y precisa.	4	6
Suficiente personal para prestar los servicios	4	6
Todas las anteriores.	16	24
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los aspectos que consideran de significativa importancia o valor en el servicio y atención al cliente virtual los encuestados: **24%**, todas las anteriores; **13%**, rápida atención; **10%**, tono y volumen de voz; **9%**, actitud en el personal ; **9%**, atención inmediata; **7%**, buen trato y escucha; **6%**, tiempo en espera; **6%**, procesos simples, prácticos y confiables; **6%**, información veraz, confiable y precisa; **6%** suficiente personal para prestar los servicios; **4%** respecto y consideración de expresión. Se evidencian que todas son de significativa importancia.

Gráfica No. 15

**¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente virtual? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**



Fuente: Tabla No. 15, pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

**Tabla No. 16**

**¿Cuáles aspectos considera usted deben fortalecerse o mejorarse en los proveedores o colaboradores que ofrecen servicio y atención al cliente en la empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

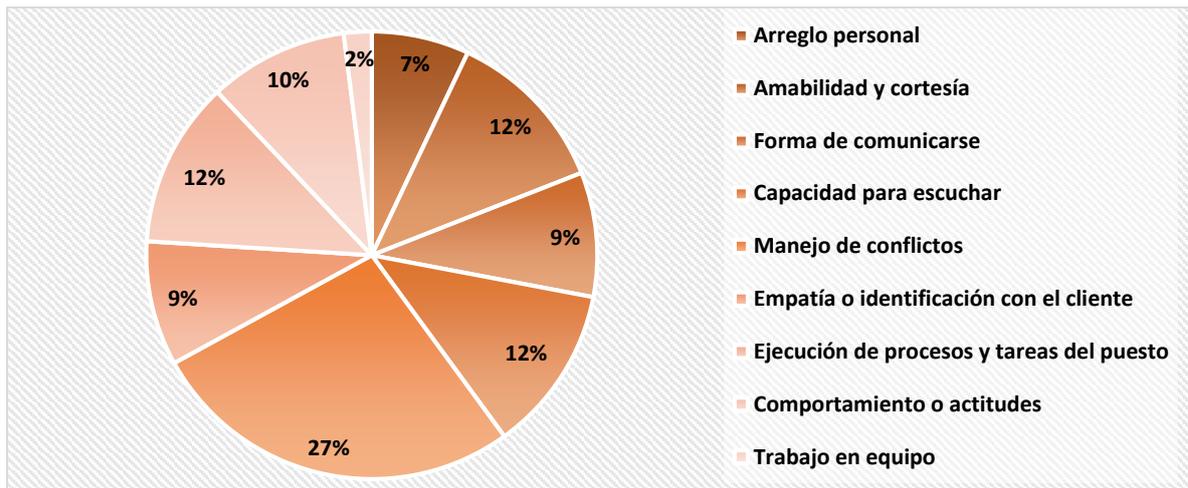
Opción	Frecuencia	%
Arreglo personal	4	7
Amabilidad y cortesía	7	12
Forma de comunicarse	5	9
Capacidad para escuchar	7	12
Manejo de conflictos	16	27
Empatía o identificación con el cliente	5	9
Ejecución de procesos y tareas del puesto	7	12
Comportamiento o actitudes	6	10
Trabajo en equipo	1	2
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L., se pueden presentar los siguientes resultados considerando los aspectos que deben fortalecerse o mejorarse en los proveedores o colaboradores que ofrecen servicio y atención al cliente en la empresa: **27%**, manejo de conflicto; **12%**, amabilidad y cortesía; **12%**, capacidad para escuchar; **12%**, ejecución de procesos y tareas del puesto; **7%**, arreglo personal; **9%**, forma de comunicarse; **9%**, empatía o identificación con el cliente; **2%**, trabajo en equipo. Se evidencian que los aspectos que deben fortalecerse y mejorarse son manejo de conflicto, capacidad para escuchar, amabilidad, cortesía, y ejecución de procesos y tareas del puesto.

**Gráfica No. 16**

**¿Cuáles aspectos considera usted deben fortalecerse o mejorarse en los proveedores o colaboradores que ofrecen servicio y atención al cliente en la empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**



Fuente: Tabla No. 16, pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

**Tabla No. 17**

**¿Cómo evalúa la gestión de los procesos que se manejan en la empresa?**

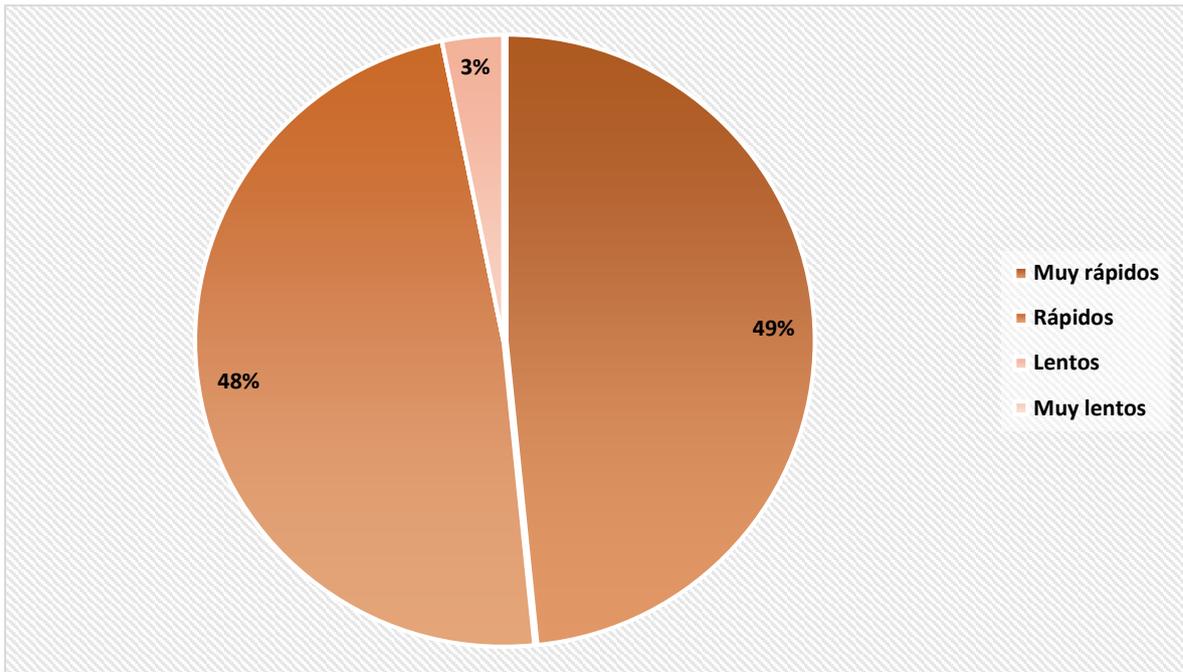
Opción	Frecuencia	%
Muy rápidos	15	48.4
Rápidos	15	48.4
Lentos	1	3.2
Muy lentos	0	0
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.17 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L., se pueden presentar los siguientes resultados considerando la gestión de los procesos que se manejan. El **48.4%** muy rápidos, **48.4%**, rápidos, **3.2%** lentos. Lo que evidencia que la gestión de proceso se maneja muy rápidas y rápida.

**Gráfica No. 17**

**¿Cómo evalúa la gestión de los procesos que se manejan en la empresa?**



Fuente: Tabla No. 17, pregunta No.17 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

**Tabla No. 18**

**¿Cuáles sugerencias de mejoras le daría usted a esta empresa para lograr la excelencia? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

Opción	Frecuencia	%
Capacitación del personal	13	24
Mejoramiento de las instalaciones y confort	19	34
Uniformidad o vestimenta	2	4
Eficientización de los procesos	5	9
Contratación de más personal	7	13
Disponibilidad de servicios virtuales	8	14
Todo bien	1	2
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

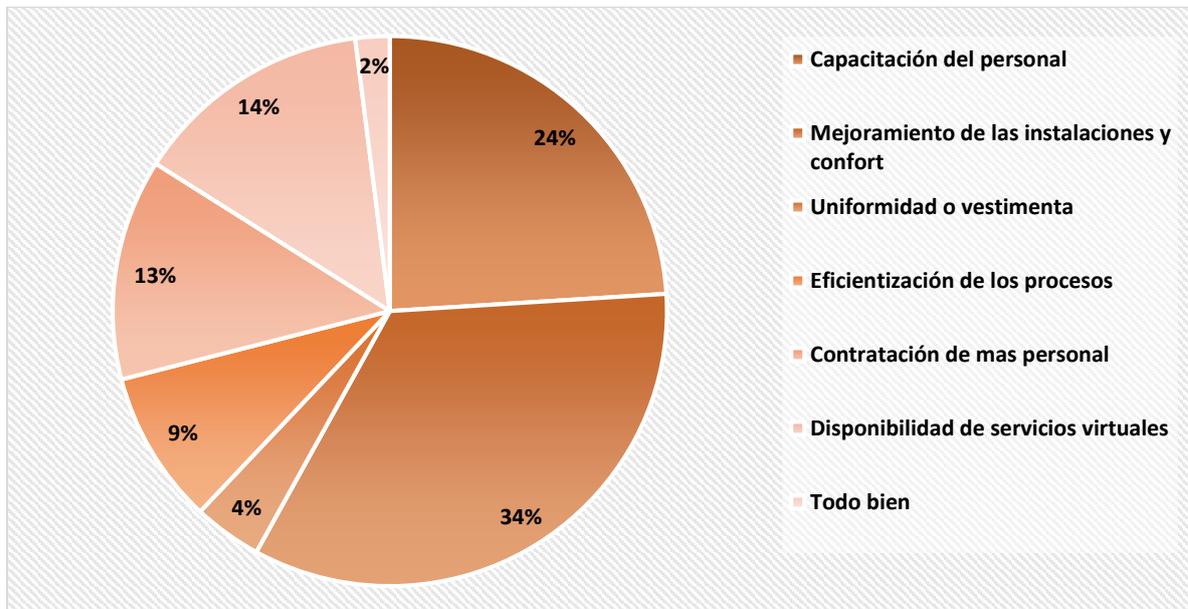
Fuente: Pregunta No.18 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando las sugerencias de mejoras para la empresa: **34%**, mejoramiento de las instalaciones y confort; **24%**, capacitación del personal; **14%**, disponibilidad de servicios virtuales; **13%**, contratación de más personal; **9%**, eficientizarían de los procesos; **4%**,

uniformidad o vestimenta; **2%**, todo bien. Se evidencian que la sugerencia de mejora por los encuestados son mejoramiento de las instalaciones y confort, capacitación del personal y disponibilidad de servicios virtuales.

**Gráfica No. 18**

**¿Cuáles sugerencias de mejoras le daría usted a esta empresa para lograr la excelencia? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**



Fuente: Tabla No. 18, pregunta No.18 del cuestionario o encuesta aplicada a la Empresa NOJAR S.R.L. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

**Tabla No. 19**

**¿Considera usted que esta empresa debe contar con protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente?**

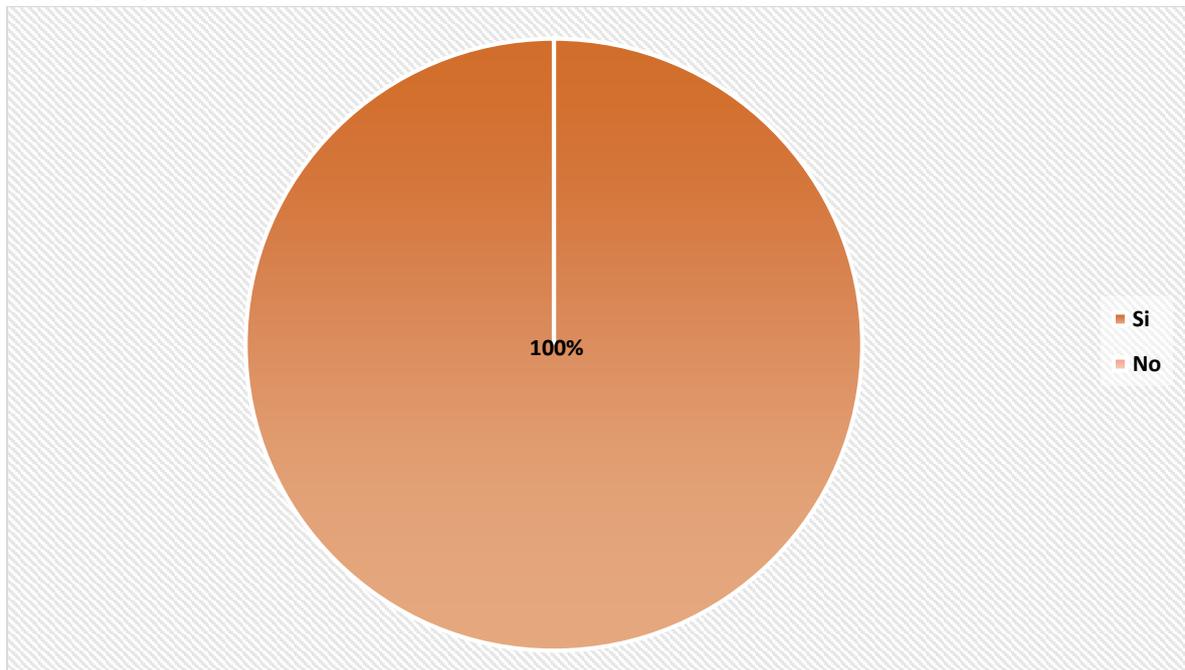
Opción	Frecuencia	%
Si	31	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando que esta empresa debe contar con protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente. El **100%** sí. Lo que evidencia que esta empresa debe contar con protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente.

Gráfica No. 19

¿Considera usted que esta empresa debe contar con protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente?



Fuente: Tabla No. 19, pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

Tabla No. 20

¿Cuál es su nivel de satisfacción actual con los servicios y atenciones ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades?

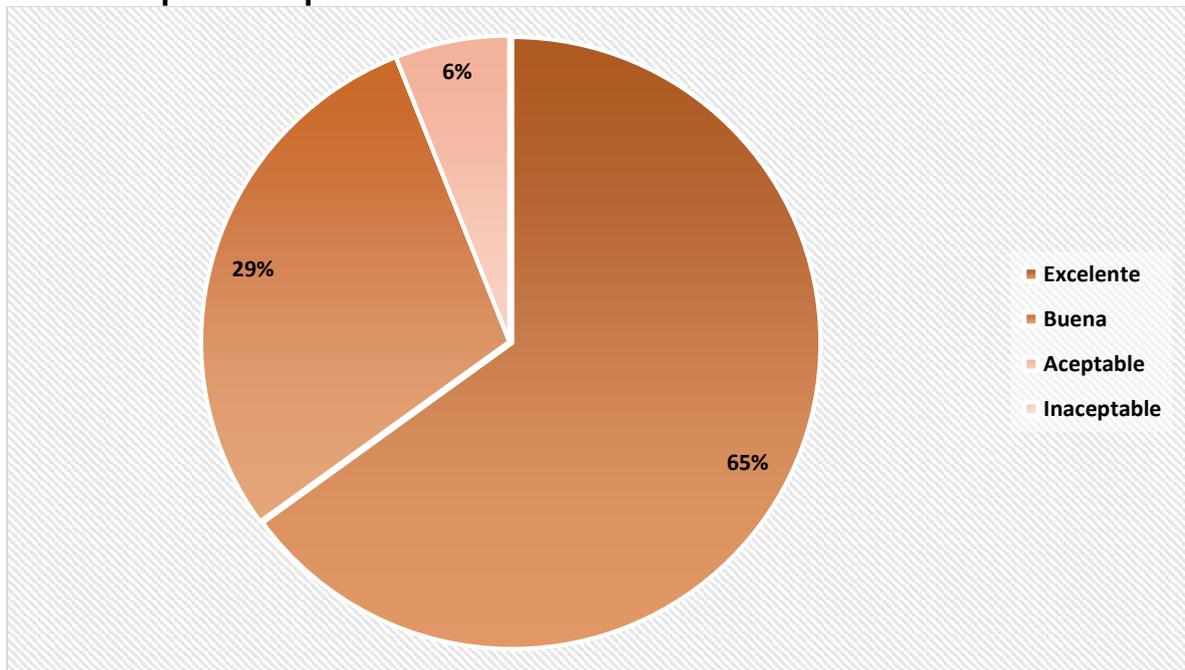
Opción	Frecuencia	%
Excelente	20	65
Buena	9	29
Aceptable	2	6
Inaceptable	0	0
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Pregunta No.20 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L.

De acuerdo con la encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L, se pueden presentar los siguientes resultados considerando su nivel de satisfacción actual con los servicios y atenciones ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades. El **65%** excelente, **29%**, buena; **6%**, aceptable. Lo que evidencia que el nivel de satisfacción actual con los servicios y atenciones ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades es excelente.

**Gráfica No. 20**

**¿Cuál es su nivel de satisfacción actual con los servicios y atenciones ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades?**



Fuente: Tabla No. 20, pregunta No.20 del cuestionario o encuesta aplicada a la empresa NOJAR S.R.L

#### **4.4 Creación del perfil proveedor de servicio y atención al cliente.**

Se diseñó una plantilla en la cual se realizó la descripción técnica del puesto del perfil del proveedor en cada modalidad de servicio y atención al cliente, las cuales son modalidad presencia, telefónica y virtual.

En dicha plantilla estuvimos resumiendo los cuales serían sus objetivos, funciones y responsabilidades del mismo, por otra parte, las diferentes competencias que abarcan el servicio y atención al cliente de un buen proveedor de servicio en cualquiera de las modalidades, también definimos los requerimientos especiales que deben poseer cada proveedor y los beneficios que se le deben ofertar para que ofrezcan un servicio de atención al cliente de excelencia y calidad para la empresa.

#### **4.5 Elaboración de protocolos de servicio y atención al cliente.**

Para la realización de los protocolos de servicios y atención al cliente, realizamos una plantilla de protocolos donde describimos de manera breve y precisa como debe ejecutarse un buen manejo de protocolo para ofrecer un excelente servicio y atención al cliente en la empresa NOJAR.S.R. L, en sus diferentes modalidades.

Para la elaboración de la misma usamos los siguientes indicadores, bienvenida y recepción del cliente, atención y sondeo al cliente, gestión del servicio, y despedida del cliente, con las cuales hicimos descripciones y observaciones de las misma con referencia a los protocolos a utilizar en la empresa en sus diferentes modalidades.

Es importante que este documento sea redactado de manera clara y detallada para que los empleados encuentren información relevante en todos los contextos posibles.

#### **4.6 Creación de políticas estratégicas de servicio y atención al cliente.**

En la realización de las políticas estratégicas de servicio al cliente para la empresa NOJAR SRL, nos enfocamos en analizar primero el servicio que ofrece la empresa, la disposición de los departamentos de la misma y el confort.

En la cual pudimos definirla de manera, que le garantiza a la empresa un buen servicio al cliente en sus diferentes modalidades, en la modalidad presencial tomamos en cuenta como debe ser la política de recibimiento al cliente, la imagen personal que debe poseer el proveedor de la misma, su cortesía he impartía del mismo para lograr ofrecer un excelente servicio.

Del mismo modo en la telefónica y virtual, visualizamos como es el manejo y la tecnología utilizada en la empresa y de ahí nos guiamos para ofertarles políticas estratégicas estructurada de manera eficiente que va a fortalecer y garantizar un servicio y atención al cliente de calidad.

#### **4.7 Diagramación o creación del manual digital.**

El manual de servicio y atención al cliente para la empresa NOJAR SRL, fue organizado de manera objetiva, primero nos reunimos mi compañera y yo,

analizamos en que servicio está enfocada la empresa, tomamos anote de lo que es su servicio, color, ubicación, confort de la misma, entre otros.

Buscamos informaciones acerca de cómo se elabora un manual corporativo sobre el servicio ofrecido en la empresa, utilizamos Google, para captar imágenes de calidad para la implementación del mismo, vimos los tutoriales para la realización de portadas y portadillas del manual, los cuales nos favorecieron para hacer nuestro trabajo, lo más importante el apoyo de nuestra maestra que nos envió los tutoriales correspondientes a los temas que íbamos a necesitar para la realización del mismo.

Analizamos cada paso a dar en el manual, que debíamos investigar y realizar primero, antes de empezar a trabajar cada unidad del mismo, hicimos las portadas y portadillas en la aplicación de WORD, en la cual insertamos las imágenes con la misma aplicación y diseñamos las portadas siempre dirigiéndonos por el servicio y logística de la empresa NOJAR SRL, tomando en cuenta su color, su logo, su estructura y sus modalidades de servicio.

Realizamos el manual de manera detallada e implementado cada uno de las estrategias ya aprendida en el curso final de grado con nuestra maestra, lo diseñamos y preparamos siempre tomando en cuenta cada sección del diplomado y realizando nuestros aportes personales.

## CONCLUSIONES.

El proyecto final de Gestión integral de servicio y atención al cliente de la empresa NOJAR SRL. Ya culminado garantizará el servicio y atención al cliente de la empresa de calidad y excelencia.

La importancia de un manual corporativo de servicio y atención al cliente, radica en ser la guía necesaria que necesitan las empresas para que cada uno de los colaboradores de la misma puedan tener la facilidad y organización, para ofrecer un servicio y atención al cliente excelente y le permitirá trabajar de manera rápida, eficiente y organizada para obtener mayor calidad de servicio.

Los manuales enseñan a la empresa la forma ideal para diseñar y estructurar un buen servicio y atención al cliente, explica de forma clara y precisa lo que es un servicio y sus modalidades e importancias de esta, para así los colaboradores pueden identificar cada funciones y roles que conlleva cada servicio brindado en las empresas.

Su utilidad será que cada proveedor de servicio pueda manejar dicha información dé cómo es el manejo de atención y servicio al cliente en cada servicio que la empresa ofrece, los protocolos y estrategias a seguir en la empresa y como se deben manejar.

El manual corporativo de servicio y atención al cliente, busca que tanto la empresa como sus colaboradores conozcan los numerosos beneficios que se obtienen cuando se trabaja con una definición clara de lo que es el servicio al cliente, su importancia de este y tener claro y definido lo que es el perfil que debe manejar cada proveedor de servicio al cliente en la empresa para ofrecer un servicio de excelencia y fidelizar el cliente con la empresa.

Para que la empresa tenga éxito en la presentación de un manual corporativo debe instruirlo a los colaboradores como un taller de inducción del mismo, hacerlo de manera práctica realizando a los colaboradores preguntas colaborativa sobre el manual, las funciones y guía de un buen servicio al cliente, de manera que cada uno de ellos estudie y analice el manual, a la hora de un colaborador nuevo en la empresa se haga la misma inducción de preguntas

luego de que el colaborador lea el manual y lo analice , así cada uno de ellos tendrá el manual como una práctica colaborativa, y de formación, le servirá de guía para comunicarse entre ellos los puntos importante del mismo.

Formación colaborativa entre los colaboradores: esta tiene como objetivo impartir con los propios colaboradores de la empresa que manejan los conocimientos específicos en esta área de servicio y atención al cliente. Así, entre ellos, comparten información, experiencias y consejos prácticos.

Con el manual colaborativo, puesto en práctica se mejorarán los servicios de atención al cliente en la empresa, el clima laborar de la misma, la estructuración de los equipos por sus modalidades de servicio, así como también la comunicación y el ambiente entre los equipos en el trabajo colaborativo.

## BIBLIOGRAFÍAS.

(2009). En **Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia**. 6ta edición (pág. 672). Mexico: PEARSON EDUCACION .

Douglas da Silva. (2020). *zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/>

Foundation, R. (2011). **servicio al cliente**. En **servicio al cliente** (pág. 428). reino unidos.

Foundation, R. (2011). **SERVICIO AL CLIENTE** . En J. Tschohl.

Licari, S. (2017). **MARKETING**. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/debilidades-de-una-empresa>

LOVELOCK, C. (2004). **Estrategias de marketing**,. En C. LOVELOCK, **Administración de servicios**. Primera edición (pág. 760). Mexico.

Science, M. (2011). **servicio al cliente**. En J. Tschohl, *Servicio al cliente*. Reino unidos.

Silva, D. d. (2020). *zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/atencion-al-cliente-virtual/>

Tschohl, J. (2011). **El alma secreta de la empresa** . En J. Tschohl, *Servicio al cliente* (pág. 428). Mexico.

Tschohl, J. (2011). **SERVICIO AL CLIENTE**. En J. Tschohl. REINO UNIDO: Servicio%20al%20cliente%20%20el%20arma%20secreta%20de%20la%20emp resa%20que%20alcanza%20la%20excelencia%20(John%20Tschohl)%20(z-lib.org).pdf.

Week, B. (1988). **servicio al cliente**. En J. Tschohl. Reino unidos.

Valdez, M. (25 de 10 de 2022). Empresa de prestamos, NOJAR S.R.L . (M. M. Delmi Mendez, Entrevistador)

Valdez, M. (26 de 10 de 2022). Empresa NOJAR. S.R.L. (D. M. Marlene Mendez, Entrevistador)

Valdez, M. (28 de 10 de 2022). Historia de la empresa,organigrama,ubicacion, funciones y servicios. (M. Mendez, Entrevistador)

Batista, D. (03 de 11 de 2022). **Fortaleza y Debilidades Modalidad Virtual**. (D. Mendez, Entrevistador)

DAHIANA. (04 de 11 de 2022). **Modalidades de Servicio y Atencion al Cliente**. (M. Mendez, Entrevistador)

Mendez, X. (04 de 11 de 2022). **Fortaleza y Debilidades Modalidad Presencial y Telefonica**. (M. Mendez, Entrevistador)

Valdez, M. (03 de 11 de 2022). **Madalidades Presencial, Telefonica y Virtual** . (D. Mendez, Entrevistador)

**[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeTHf-ybfOgt97I\\_GSpOHb3sDte2JxqU0WAYMCt1Ocul78Wzg/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeTHf-ybfOgt97I_GSpOHb3sDte2JxqU0WAYMCt1Ocul78Wzg/viewform?usp=sf_link)**

Mendez, D. (12 de 12 de 2022). **Perfil de un Proveedor de Servicio al Cliente Presencial**. (M. Mendez, Entrevistador)

MENDEZ, M. (12 de 12 de 2022). NOJAR S.R.L. Santiago, Santiago, Republica Dominicana.

Mendez, M. (13 de 12 de 2022). **Perfil de un Proveedor de Servicio al Cliente telefonica.** (D. Mendez, Entrevistador)

Mendez, M. (11 de 12 de 2022). **Perfil del Proveedor .** (D. Mendez, Entrevistador)

MENDEZ, D. (21 de 11 de 2022). **google.com/forms.** Obtenido de <https://forms.gle/jaaiCTTKCiTcDMAR9>

MENDEZ, X. (19 de 11 de 2022). **Evaluación del nivel de satisfacción del servicio y atención al cliente ofrecido por la empresa.** (M. MENDEZ, Entrevistador)

NOJAR, C. E. (25 de 11 de 2022). **Evaluación del nivel de satisfacción del servicio y atención al cliente ofrecido por la empresa. .** ([https://docs.google.com/forms/d/1spF\\_](https://docs.google.com/forms/d/1spF_), Entrevistador)

Week, B. (1988). servicio al cliente. En J. Tschohl. Reino unidos.

## ANEXOS.

### Anexo I. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

#### Autoras del Manual de Servicio y Atención al Cliente de la Empresa NOJAR SRL.



Delmi del Carmen Méndez Rodríguez, nacida en Rincón de Piedra, San José de las matas R.D., día 31 de enero del 1993, estudiantes de término de la carrera en Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Abierta para Adultos (UAPA). Actualmente resido en Santiago de los caballeros.

Actualmente me encuentro cursando mi último paso, para la culminación de mi carrera profesional con el proyecto del Manual de Servicio y Atención al Cliente de la Empresa NOJAR SRL, como Licenciada en Administración de Empresa.

En el ámbito empresarial y laborar siempre me ha interesado y he tenido la oportunidad de trabajar en el área de negocios y análisis, mi inclinaciones y pasiones siempre son en el ámbito de negocios.



Marlene Mercedes Méndez Rodríguez, nacida en Rincón de Piedra, San José de las matas R.D., día 22 de noviembre del 1991, estudiantes de término de la carrera en Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Abierta para Adultos (UAPA). Actualmente resido en Santiago de los caballeros.

Actualmente me encuentro cursando mi último paso, para la culminación de mi carrera profesional con el proyecto del Manual de Servicio y Atención al Cliente de la empresa NOJAR SRL, como Licenciada en Administración de Empresa.

*Poco a poco, día a día, podemos conseguir cualquier meta que nos pongamos a nosotros mismos."*

*Karen Casey*

## **Anexo II. ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

### **Evaluación del nivel de satisfacción del servicio y atención al cliente ofrecido por la empresa.**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES**

##### **Introducción:**

La presente encuesta tiene como finalidad evaluar el nivel de satisfacción del servicio y atención al cliente de esta empresa. Con estas informaciones se podrán realizar mejoras significativas en dicha oferta para así garantizar la plena satisfacción de sus necesidades y expectativas.

##### **Instrucciones:**

Lea cuidadosamente las siguientes preguntas y responda según considere. Estas informaciones serán manejadas con mucha confidencialidad, su identidad es completamente anónima. Gracias por colaborar con este estudio de mercado.

---

##### **1. Género.**

- Femenino
- Masculino

##### **2. Nivel de ingresos.**

- Menos de RD\$10,000.00
- De RD\$10,000.00 – RD\$15,000.00
- De RD\$15,001.00 – RD\$25,000.00
- Mas de RD\$25,001.00

##### **3. Ocupación.**

- Desempleado
- Estudiante
- Ama de casa
- Empresario
- Empleado privado
- Empleado publico

##### **4. Nivel de estudios.**

- Sin instrucción.
- Básico.
- Secundarios.
- Técnicos.
- Universitarios.

##### **5. Tiempo siendo cliente de esta empresa.**

- Menos de 1 año
- De 1 año – 3 años
- De 3 años - 5 años
- Mas de 5 años

**6. ¿Cuáles de las siguientes vías o medios de atención a utilizado en esta empresa hasta el momento?**

- Modalidad presencial o visita en el local físico.
- Modalidad telefónica.
- Modalidad virtual.
- Todas las anteriores.

**7. ¿Cuáles de estas modalidades de atención utiliza con mayor frecuencia?**

- Modalidad presencial o visita en el local físico.
- Modalidad telefónica.
- Modalidad virtual.
- Todas las anteriores.

**8. ¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente presencial de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Imagen personal de los colaboradores.
- Profesionalidad del personal.
- Condiciones del local.
- Parqueo.
- Manejo de la información.
- Gestión de procesos.
- Señalización de las áreas.
- Confort.
- Asistencia vía fila u orden de llegada.
- Otro especifique.

**9. ¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente telefónica de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Tono de voz y cordialidad.
- Profesionalidad del personal.
- Prontitud en la asistencia.
- Tiempo en espera.
- Acceso y manejo de la información.
- Gestión de procesos.
- Atención ofrecida.
- Otro especifique

**10. ¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente virtual de esta empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Tono de voz y cordialidad.
- Profesionalidad del personal.
- Prontitud en la asistencia.
- Tiempo en espera.
- Acceso y manejo de la información.
- Gestión de procesos.

- Atención ofrecida.
- Otro especifique

**11. ¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más debilidades?**

- Modalidad presencial o visita en el local físico.
- Modalidad telefónica.
- Modalidad virtual.
- Todas las anteriores.

**12. ¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más fortalezas?**

- Modalidad presencial o visita en el local físico.
- Modalidad telefónica.
- Modalidad virtual.
- Todas las anteriores.

**13. ¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente presencial? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Agradable recibimiento o bienvenida.
- Buena actitud e imagen en el personal.
- Buen trato y escucha.
- Rápida atención.
- Respeto y consideración de expresión.
- Limpieza, orden y olores agradables.
- Mobiliario cómodo y espacios adecuados.
- Procesos simples, prácticos y confiables.
- Disponibilidad de agua, café y baños.
- Información veraz, confiable y precisa.
- Disponibilidad de parqueo y seguridad.
- Suficiente personal para prestar los servicios.
- Todas las anteriores.
- Otro especifique

**14. ¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente telefónica? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Tono y volumen de voz.
- Actitud en el personal.
- Atención inmediata.
- Buen trato y escucha.
- Rápida atención.
- Tiempo en espera.
- Respeto y consideración de expresión.
- Procesos simples, prácticos y confiables.
- Información veraz, confiable y precisa.
- Suficiente personal para prestar los servicios.
- Todas las anteriores.
- Otro especifique

**15. ¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente virtual? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Tono y volumen de voz.
- Actitud en el personal.
- Atención inmediata.
- Buen trato y escucha.
- Rápida atención.
- Tiempo en espera.
- Respeto y consideración de expresión.
- Procesos simples, prácticos y confiables.
- Información veraz, confiable y precisa.
- Suficiente personal para prestar los servicios.
- Todas las anteriores.
- Otro especifique

**16. ¿Cuáles aspectos considera usted deben fortalecerse o mejorarse en los proveedores o colaboradores que ofrecen servicio y atención al cliente en la empresa? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Arreglo personal
- Amabilidad y cortesía
- Forma de comunicarse
- Capacidad para escuchar
- Manejo de conflictos
- Empatía o identificación con el cliente
- Ejecución de procesos y tareas del puesto
- Comportamiento o actitudes
- Otro especifique

**17. ¿Cómo evalúa la gestión de los procesos que se manejan en la empresa?**

- Muy rápidos
- Rápidos
- Lentos
- Muy lentos

**18. ¿Cuáles sugerencias de mejoras le daría usted a esta empresa para lograr la excelencia? (Puede elegir más de una opción en esta pregunta)**

- Capacitación del personal
- Mejoramiento de las instalaciones y confort
- Uniformidad o vestimenta
- Eficientización de los procesos
- Contratación de más personal
- Disponibilidad de servicios virtuales
- Otro especifique

**19. ¿Considera usted que esta empresa debe contar con protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente?**

- Sí
- No

**20. ¿Cuál es su nivel de satisfacción actual con los servicios y atenciones ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades?**

- Excelente
- Buena
- Aceptable
- Inaceptable

1. Tener equipo de teléfono con mucha capacidad de espacio y rápida funcionalidad, e internet con rápida subida y bajada de datos.

# Anexo III. Imágenes del Manual de Servicio y Atención al Cliente de la Empresa NOJAR SRL.



**INDICE DE CONTENIDO**

**INTRODUCCIÓN:** ..... 5  
**RESUMEN EJECUTIVO:** ..... 7  
**SECCIÓN I: CONTEXTO EMPRESARIAL:** ..... 9  
 Descripción de la empresa y ubicación: ..... 10  
 Actividad económica de la empresa: ..... 10  
 Área histórica: ..... 10  
 Filosofía de negocios: ..... 11  
 Misión: ..... 11  
 Visión: ..... 11  
 Valores: ..... 11  
 Objetivos organizacionales enfocados al cliente: ..... 12  
 Estructura de la empresa: ..... 12  
 Productos y servicios que ofrece: ..... 13  
**SECCIÓN II: CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL:** ..... 14  
 Conceptualización de servicio y atención al cliente: ..... 15  
 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia: ..... 15  
 Objetivos del servicio y atención al cliente: ..... 16  
 Modalidades de servicio y atención al cliente: ..... 17  
 Servicio y atención al cliente presencial: ..... 17  
 Servicio y atención al cliente telefónico: ..... 17  
 Servicio y atención al cliente virtual: ..... 18  
 Mercado meta o perfil del cliente: ..... 18  
 Conceptualización de cliente, usuario o consumidor: ..... 19  
 Principales necesidades del cliente al ser atendido: ..... 20  
 Principales expectativas del cliente a ser atendido: ..... 20  
 Principales expectativas del cliente al ser atendido: ..... 20  
 Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendido: ..... 20  
**SECCIÓN III: PERFILES DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL:** ..... 21  
 Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial: ..... 21

Logo: Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL

**INDICE DE CONTENIDO**

Perfil de importancia del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial: ..... 22  
 Perfil de importancia del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica: ..... 23  
 Perfil de importancia del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual: ..... 24  
**SECCIÓN IV: PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL:** ..... 25  
 Conceptualización de proceso de servicio y atención al cliente: ..... 26  
 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial: ..... 26  
 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica: ..... 27  
 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual: ..... 28  
**SECCIÓN V: POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS CLAVES EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL:** ..... 29  
 Conceptualización política y estrategias claves en el servicio y atención al cliente: ..... 30  
 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad presencial: ..... 30  
 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad telefónica: ..... 31  
 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad virtual: ..... 31  
**CONCLUSIONES:** ..... 32  
**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:** ..... 33  
**ANEXO:** ..... 34

Logo: Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL

**INTRODUCCIÓN**

Este manual de servicio y atención al cliente está dirigido a la empresa NOJAR SRL, en el cual se detallará de manera precisa en cada una de las secciones informadas al servicio y atención al cliente.

Este manual es una guía para la empresa, ya que con él pueden tener la realidad y organización, para ofrecer un servicio y atención al cliente excelente y le permitirá trabajar de manera rápida, eficiente y organizada para obtener mayor calidad de servicio.

Tiene como objetivo servir de guía y organización a la empresa para que pueda garantizar la excelencia de servicio en cada una de sus modalidades de servicios y atención al cliente, que cada uno de los proveedores trabajen en equipo y organización ya que cuentan con el manual que le ofrece un trabajo rápido y eficiente.

Tiene como importancia que la empresa tenga una herramienta de como dirigir cada modalidad de servicio que utiliza la empresa, que cada proveedor pueda manejar dicha información de cómo es el manejo de atención y servicio al cliente en cada modalidad, los protocolos y perfiles de los proveedores, de igual manera sus políticas y estrategias a seguir en la empresa y como se deben manejar cada una de ellas.

La relevancia de este manual es que la empresa NOJAR SRL, puede utilizarla para transformar el servicio y atención al cliente de manera eficiente y que cada uno de sus colaboradores puedan alcanzar mayor productividad y las metas establecidas de forma estratégica con el manual.

Este manual fue creado como un proyecto de intervención de la universidad abierta para adulto UAPA, con el propósito de diseñar a la empresa las herramientas que son necesarias para un buen manejo de servicio y atención al cliente, obteniendo técnicas basadas en los protocolos, perfiles de los proveedores, políticas y estrategias que debe manejar la empresa para posicionarse como una empresa en excelencia en el servicio y atención al cliente.

Logo: Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL



protocolos y diferentes funciones de los protocolos rigiéndose por sus modalidades.

Los protocolos de servicio y atención al cliente son una guía detallada que describe la forma en que los empleados deben actuar con el cliente al momento de establecer contacto o dar seguimiento a las interacciones.

En la quinta sección basada en las políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente empresarial se detallan los temas de conceptualización de políticas y estrategias de servicio y atención al cliente, así también se establecen las políticas y estrategias que debe cumplir la empresa en sus diferentes modalidades de servicios definiendo cada una de las normativas que deben seguir los miembros de esta empresa.

El manual de servicio y atención al cliente de la empresa NOJAR SRL, busca que tanto la empresa como sus colaboradores conozcan los numerosos beneficios que se obtienen cuando se trabaja con una definición clara de lo que es el servicio al cliente, su importancia de este y tener definido y claro lo que es el perfil que debe manejar cada proveedor de servicio del mismo modo los protocolos, políticas y estrategias que deben manejar en el servicio y atención al cliente con excelencia.

Luego de las secciones ya detalladas y definidas, en el último punto se encuentran las conclusiones y anexos en estos están detallados los perfiles de los autores de este manual de servicio y atención al cliente de la empresa NOJAR SRL, y por último una descripción breve del proyecto de intervención de CPO-UAPA.

Logo: Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL

**SECCIÓN I: CONTEXTO EMPRESARIAL**

- Descripción de la empresa y ubicación.
- Actividad económica de la empresa.
- Área histórica.
- Filosofía de negocios.
- Misión.
- Visión.
- Valores.
- Objetivos organizacionales enfocados al cliente.
- Estructura de la empresa.
- Productos y servicios que ofrece.

Logo: Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL

1.1 Descripción de la empresa y ubicación.

La empresa seleccionada perteneciente al sector de la entidad de económico dominicanos NOUAR, S. R. L. es una empresa dirigida al servicio de préstamos a un mercado de pequeños comerciantes, digase salones de belleza, comidos, cafeterías, talleres de diferentes actividades, entre otros, su Registro Nacional de Contribuyentes activo y asentado en la Dirección General de Ingresos Internos (DGI) es (RNC) bajo el número 1-30-93984 y Registro Mercantil No. 8975-271. NOUAR SRL, está ubicada Calle del Sol, Esquina Calle Mela, Plaza Mela, Tercer Nivel, Centro de la Ciudad, Santiago, R.D.



https://maps.google.com/maps?hl=es&ll=18.46511932373047&loc=70.7024993694844&zoom=17.81m

1.2 Actividad económica de la empresa.

La empresa tiene como actividad económica, servicios de préstamos financieros a pequeños negocios ofreciendo préstamos comerciales y personales.

1.3 Breve historia.

NOUAR SRL es una entidad financiera en la que trabajamos diariamente para mantener y consolidar aún más nuestra posición de liderazgo en el mercado, y que tiene como objeto social otorgar financiamiento de menor cuantía a los empresarios de la pequeña y microempresa. Con su oficina principal ubicada

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

en la Calle del Sol, Plaza Mela, Tercer Nivel, Santiago de Los Caballeros, Rep. Dom.

Nacimos gracias a la iniciativa de los jóvenes empresarios el señor Jarvis Vargas y Noel Pérez, por una inquietante motivación de abrir una empresa con el concepto de préstamos diarios de rápida aprobación, plazos y cuotas cómodas, tasa competitiva y entrega a domicilio.

NOUAR SRL tiene como objetivo ofrecer respuestas rápidas a las múltiples necesidades de sus clientes con el fin de cubrirlos de la mejor manera y sobre todo atender la forma de pago de acuerdo con sus posibilidades o características de sus negocios.

Nuestros planes de créditos están diseñados, para adaptarse y satisfacer las necesidades del pequeño empresario, garantizando estándares de excelente calidad.

1.4 Filosofía de negocios.

La financiera NOUAR es una empresa formal y orientada a resultado tiene muy bien definida su filosofía de negocio que a continuación se detalla.

1.4.1 Misión

Ser la institución financiera preferida por tamaño y pequeña empresa del país, a través de soluciones financieras innovadoras y rentables, ofreciendo servicios con eficiencia que faciliten el impulso y crecimiento a su negocio.

1.4.2 Visión

“Ser líder en ofrecer soluciones financieras a nuestro mercado objetivo, comprometiéndose a manejar las mejores opciones de crédito, brindando calidad de servicio, eficiencia y oportunidad.

1.4.3 Valores

Nuestra cultura organizacional está orientada con valores corporativos que enmarcan el direccionamiento del negocio. Todos internalizamos estos valores y los practicamos porque hacen parte de nuestras vidas e interactúan en los contextos en que nos desenvolvemos.

Confiamos: Cultivamos cada relación con integridad realizando nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

Calidad: Trabajamos aplicando el mejor estándar en contenido, forma y tiempo, en nuestros compromisos, manteniendo un interés y entusiasmo constante por perfeccionar nuestro trabajo.

Trabajo en Equipo: Colaboramos, sumamos esfuerzos y multiplicamos logros, aprovechando la experiencia y habilidades de todos los involucrados, para lograr el objetivo común.

Responsabilidad: Cumplimos con nuestro trabajo y somos corresponsables del resultado del trabajo de nuestros compañeros.

Honestidad: Somos congruentes con lo que pensamos y hacemos. Y realizamos nuestro trabajo con transparencia y rectitud.

Flexibilidad: Somos una organización que se adapta rápidamente a los cambios que exige y plantea el mercado.

1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente.

- Garantizar que el cliente sea recibido con cordialidad y amabilidad.
- Mantener una constante capacitación para nuestros empleados, buscando un mejor crecimiento.
- Tener comunicación eficaz y activa con los clientes, siempre escuchando sus necesidades para ofrecer un mejor servicio.
- Velar por la oferta de servicio de alta calidad.

1.6 Estructura de la empresa.

La empresa cuenta con la colaboración de una plantilla de 10 empleados, los cuales están disperso en diferentes departamentos y áreas operativas, los cuales son 4 departamentos que garantizan la funcionalidad de la empresa.

- Encargado General: Asegurar e incrementar la eficiencia, eficacia y calidad de los servicios que ofrece la empresa de manera rentable, conducir a la empresa hacia sus objetivos sustentando el correcto funcionamiento, coordinación y organización de esta.
- Encargado de Cobros: Coordinar y supervisar el proceso de recuperación de la cartera de créditos y gestión efectiva de la cobranza.
- Equipo de Negocio: Ofrecer los servicios financieros a clientes potenciales a través de una detección anticipada de las necesidades de estos acercando los objetivos establecidos por la empresa. Dar seguimiento constante a los clientes de su zona.
- Oficial de cobros: Encargado de la gestión de cobranza diaria.

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

Organigrama.



1.7 Productos y servicios que ofrece.

NOUAR SRL, Soluciones financieras, es una empresa de servicios dedicada a otorgar préstamos a pequeños negocios ofreciendo préstamos comerciales y personales.



UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

SECCIÓN II: CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.

- Conceptualización de servicio y atención al cliente.
- Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.
- Objetivo del servicio y atención al cliente.
- 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.
- Mercado meta o perfil del cliente.
- Conceptualización de cliente, usuario o consumidor.
- Iniciativa necesaria de cliente al ser atendido.
- Principales percepciones del cliente al ser atendido.
- Principales expectativas del cliente al ser atendido.
- Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendido.



UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.

Servicio al cliente es todo el asesoramiento y la asistencia que podemos proporcionarle a nuestro cliente antes y después de la compra o el servicio.

Atención al cliente es el acto en el cual se proporciona soporte a los clientes de una entidad, se centra a resolver problemas y a garantizar una buena experiencia de compras y servicios.

(John Reardon) los detalles, en palabras sencillas, como "trato, clima, atención al momento", y plantear que todos debemos comprometidos que los hacen, los detalles detallados como "atención, agasajo, asustados, aljibes o cosas" tipo asamblea de servicio según le vea el cliente.



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

Es de gran importancia en la actualidad porque cuando una empresa brinda con eficacia el servicio y atención al cliente podemos decir que esta es la mejor forma en la que puedes dar a conocer tu negocio, donde los clientes busca atención y que puedan darles las soluciones a los problemas rápidamente que puedan responderle las inquietudes con agilidad al cliente, esto lo asegura a que la empresa pueda destacarse dentro de las competencias, porque cuando una empresa tiene un personal comprometido y un excelente programa de capacitación pueden dar lo mejor en sí a sus clientes.



UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

Porque los clientes siempre van a querer el mejor trato, que les hagan sentir en confianza, que su experiencia sea de las mejores, les hagan sentir realmente que son apreciados y valorados, esto realmente los hará volver y hará crecer la empresa frente a la competencia.

Servicio implícito mantiene a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dige en todos años una impresión de la empresa que lo inculca a hacer nuevas compras en ellos.

Una empresa que brinde atención con alto nivel esto le aporta ventajas a la empresa como:

- Aumenta la lealtad de los clientes
- Ofrece una mejor marca de empresa
- Permite ahorrar costes en la organización
- Facilita capacitación de nuevo clientes

2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente.

Mejorar la Satisfacción de los clientes, un cliente satisfecho representa el 66 por ciento del volumen promedio de una empresa, donde cada día podrás generar servicio y producto cada vez mejor.

Fidelizar más clientes, al satisfacer el cliente logramos su fidelización, y esto eleva la lealtad de los clientes.

Aumentar la venta, un buen servicio y programa de información a los clientes esto puede restablecer la lealtad hacia la marca generando así la satisfacción del cliente y esto dará mayor productividad a la empresa.

Dar una buena imagen de la empresa, porque un cliente satisfecho y con una experiencia positiva de recomendaciones a sus contactos y nos atraen más clientes.

Si la empresa trata a sus clientes de forma correcta, hace que se sientan como en casa y les transmite la impresión distribuida de que la organización valora su apoyo, los beneficios constituyen el resultado más seguro.

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

2.4 Modalidades del servicio y atención al cliente



2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial.

Se caracteriza por ser la modalidad que se da en el encuentro del servicio y atención al cliente de manera presencial, cuando un asesor está directamente interactuando con el cliente, que sus clientes están en la empresa. Es más directo, involucra facilidad para tratar los temas, implica que el espacio físico por parte del personal y cada detalle que causará una impresión en el receptor, requiere contar con un amplio conocimiento sobre las políticas a aplicar dependiendo los requerimientos del cliente.

Al estar camaleón el ser (LOVELACE, 2004), no se debe. Adicionalmente de ser verídicos. Párrafo adicional. Les verídicos diligen el cuerpo de las personas logran ser andean según los diligen al ser de las personas. En ese tipo de ser verídico, los diligen ser verídico, no se puede diligen todo el proceso de ser verídico de los ser verídico para medir los resultados que diligen ser verídico.

2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico.

La comunicación se produce en un entorno que no cuenta con la presencia física del cliente, es a medio de transmisión más habitual es el teléfono.

Para dar un excelente servicio al cliente en esta modalidad es importante tener en consideración que el cliente no está presente, por esta razón debemos saber qué, para optimizar las experiencias, es imprescindible tener cuidado con el tiempo de espera y los mensajes intermitentes. Esto debido a que a nadie le gusta esperar para ser atendido, y el consumidor está siempre en búsqueda de formas que le permitan lograr lo que quiere de la manera más rápida posible.

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

Así como menciona la página (Douglas da Silva, 2020), No importa a qué sector pertenece el negocio, la atención telefónica debe formar parte de tu estrategia de servicio al cliente. En este tipo de atención exige una serie de reglas o normas de etiqueta para asegurar la satisfacción del cliente.

2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual.

Los servicios de bajo contacto implican muy poco o ningún contacto físico entre los clientes y los proveedores de servicio. El contacto se efectúa a distancia por medio de canales de distribución físicos o electrónicos, una tendencia creciente en la sociedad actual orientada hacia la conveniencia.

Por lo tanto, al brindar una atención virtual, se pueden ofrecer diferentes canales - correo electrónico, chat en vivo, redes sociales- que harán que los clientes se sientan más a gusto a la hora de entrar en contacto con la empresa. La modalidad virtual, en un mundo digitalizado las empresas precisan adaptarse e incluir recursos tecnológicos en su servicio de atención al cliente.

2.5 Mercado meta o perfil del cliente.

El mercado meta es definido como el grupo de clientes al cual vamos a dirigir nuestros productos y servicios, es decir, que es el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing.

El mercado meta son los consumidores principales de tu producto. Este grupo de personas comparten una o más características como edad, sexo, intereses, ubicación o poder adquisitivo, y pueden ser agrupados por ellas.

Nuestro servicio está dirigido a un mercado de pequeños comerciantes, digase salones de belleza, comidos, cafeterías, talleres de diferentes actividades, préstamos personales, entre otros, teniendo en cuenta la encuesta realizada a los clientes de la empresa podemos decir que la mayor cantidad de personas que recurren a préstamos, para contribuir con sus actividades son mujeres y los demás clientes están representados por hombres, con un nivel de ingresos para la mayoría de los clientes de más 25.000.00 mrd y otros niveles de algunos clientes de 15.000.00 mrd entre 25.000.00 mrd. La ocupación de los encuestados. La mayoría pertenece a empleado privado, otros son empresarios y una cantidad mínima, pertenece a empleados público. Los niveles de estudios de los clientes se encuentran que la mayoría son universitarios, otra parte pertenece a estudio técnicos y secundarios, considerando el tiempo de los clientes en la empresa la mayoría del cliente tienen en la empresa de 1 año a 3 años, siendo



UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOUAR SRL

cliente de la empresa, los demás tienen de 3 a 6 años y una cantidad mínima de cliente que menos de un año.

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

El cliente es definido como una persona que adquiere los bienes y servicios que ofrece un vendedor a cambio de una compensación monetaria o de algún tipo de intercambio.

Un cliente es aquella persona que adquiere un producto o servicio con frecuencia en algún establecimiento, tienda o empresa. El cliente por lo general es aquel que tiene fidelidad a una marca específica, y regresa de nuevo a comprar el producto porque ya ha tenido una experiencia agradable con el producto.

Son consumidores las personas físicas que actúan con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión. Se dice también que a esta persona van orientadas las comunicaciones de mercado para lograr su convencimiento en un producto.

El usuario es para quien se crean los productos o servicios, son el objeto del diseño y la conformación de las características físicas y tangibles, dándole las especificaciones de manufactura y la definición de sus componentes.



UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente- Empresa NCGAR SRL

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

Los clientes, esperan recibir una respuesta inmediata y eficiente en todas las modalidades de servicio que ofrece la empresa, mejoría en los tonos de voz y cordialidad por parte de los colaboradores, una mejor gestión de los procesos, profesionalismo del personal, puntualidad en la asistencia y colaboración de informaciones en la modalidad virtual, en otro orden tenemos características como: disponibilidad en la empresa los parques y confort de la misma, para recibir un mejor servicio de modalidad presencial.

**2.5.3 Principales percepciones del cliente al ser atendido.**

Las percepciones de cada uno de los clientes radican en agradable recibimiento o bienvenida, buena actitud e imagen en el personal, buen trato y escucha, rápida atención, limpieza y olores agradables, respeto y consideración de expresión, procesos simples, prácticos y confiables, información clara, confiable y precisa, disponibilidad de parqueo y seguridad, disponibilidad de agua, café y baños.

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

Las expectativas de los clientes están basadas en cada una de las modalidades de servicios que brinda la empresa, amabilidad y cortesía por parte de los colaboradores, capacidad de escuchar, tener empatía o identificación con los clientes, buena ejecución de procesos y tiempos del puesto, arreglo personal adecuado, tener capacitación en el personal, mejoramiento de las instalaciones y confort, descentralizar los procesos, tener más disponibilidad de servicios virtuales y contar con un protocolo de orientación de servicio y atención al cliente.

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

Existen muchos elementos que pueden causar la insatisfacción los clientes a la hora de recibir un servicio, pero uno de los motivos más relevante es de no haber escuchado al cliente, es el peor error que puede cometer una empresa, otros a mencionar son falta de información del servicio de la persona que le está atendiendo en las diferentes modalidades, ya que los clientes necesitan que les respondan a sus necesidades de la mejor manera.



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

- Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial.
- Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial.
- Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.
- Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual.

UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NCGAR SRL

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

Los proveedores de servicio en la empresa deben estar completamente comprometido con los objetivos y procesos de la organización. Deben ser capaces de realizar los análisis, identificar procesos y puntos de mejora. Cada proveedor de la empresa sin importar su departamento o modalidad de este debe comprender la importancia de dar un buen servicio y atención al cliente, por lo tanto, debe estar capacitado y entrenado de cada proceso a seguir en la gestión de su servicio, para no causar una desilusión al cliente basado en el servicio brindado en la empresa.

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

El servicio y atención al cliente bajo la modalidad presencial. Es tener la capacidad de comunicación, empatía y la paciencia. Los proveedores deben ser capaces de escuchar y entender al cliente, para proponer soluciones que sean beneficiosas tanto para la empresa como para el cliente.



**Competencias técnicas**

Debe detener el título académico, manejo en el área de servicio de atención a los clientes y además debe poseer los conocimientos y habilidades en el manejo de las normas y políticas de la empresa, para así adecuar de una mejor manera las informaciones requeridas por el cliente rápida y eficiente.

**Competencias procedimentales**

El proveedor debe tener la capacidad para manejar los clientes, los procesos y programa operativo de la empresa, además de implementar técnica de trabajo y ejecución de proyecto para la resolución de problemas.

UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente- Empresa NCGAR SRL

**Competencias actitudinales**

El proveedor debe poseer una buena y adecuada imagen personal a la hora de recibir a los clientes, capacidad de escucha y buenas relaciones humanas y ante todos profesionalismo para dar soluciones a las situaciones que se le presenten.

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

El servicio y atención al cliente bajo la modalidad telefónica, el perfil del proveedor es brindar una comunicación eficaz, para dar una respuesta asertiva a las solicitudes realizadas por los clientes.



**Competencias técnicas**

El proveedor debe poseer la capacidad y habilidades en el manejo de las áreas de telefonía, uso de lenguaje adecuado a la hora de recibir las llamadas, para tomar decisiones que resuelvan las inquietudes que tenga el cliente de forma rápida y eficiente.

**Competencias procedimentales**

El proveedor debe tener siempre una actitud positiva en cada momento, habilidad de comunicación y escucha activa esto le ayudará a poder responder las dudas o necesidades que tenga el cliente, además, debe poseer las habilidades de paciencia y autocontrol de las emociones a la hora que se le presente cualquier situación con los clientes.

UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente- Empresa NCGAR SRL

**Competencias actitudinales**

El proveedor debe poseer una actitud positiva, y la capacidad de responder de forma inmediata y dar seguimiento a las solicitudes del cliente, donde siempre tenga la disponibilidad de ayuda a las necesidades del cliente.

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

El servicio y atención al cliente bajo la modalidad virtual, es optimizar los procesos de trabajo y brindar un medio más efectivo al cliente para satisfacer de la mejor manera las necesidades requeridas por ellos.



**Competencias técnicas**

El proveedor debe poseer habilidad de escritura para responder los mensajes o correos electrónicos con mayor eficiencia, conocimiento y manejo en el área de la tecnología, esto lo ayuda a tomar decisiones para resolver las inquietudes que tenga el cliente de forma rápida y eficiente, además gestionar el tiempo, en esta parte será importante que tenga adelantada a las necesidades de los clientes para contar con respuestas y soluciones a la mano.

**Competencias procedimentales**

El proveedor debe tener un buen manejo de equipos tecnológicos y ejecución de diseños de proyectos para la solución de las necesidades que le presente el cliente.

**Competencias actitudinales**

El proveedor debe tener una persona con actitud siempre positiva, ser proactivo y tener la habilidad de trabajo en equipo y organización para dar un buen servicio a los clientes de manera virtual.

UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente- Empresa NCGAR SRL

**SECCIÓN 4: PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.**

- Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente.
- Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial.
- Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.
- Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual.

UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente- Empresa NCGAR SRL

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

Los protocolos de servicio y atención al cliente con una guía detallada que describe la forma en que los empleados deben actuar con el cliente al momento de establecer contacto o dar seguimiento a las interacciones. Contiene la visión y criterios de la empresa con respecto a lo que es un buen servicio y garantiza una vinculación y comunicación eficaces. Los protocolos se encuentran descritos por cada canal de atención disponible donde se encuentran las características de servicio e instrucciones para desmenujar la interacción con el ciudadano.

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

**Bienvenida y recepción del cliente.**

Para la mejora continua en el servicio al cliente se debe tener las instalaciones adecuadas y acondicionadas, dar un saludo adecuado y auto presentarse para ofrecer un buen servicio a la empresa. Estar identificado con carné que representen su nombre y función en la empresa, buena vestimenta y arreglo personal adecuado, tener una actitud positiva y una excelente comunicación con los clientes y conexión empática.

**Atención y sondeo al cliente.**

Conocer el nombre del cliente, por ejemplo, mucho gusto me puede usted facilitar su nombre para así poder mejor, luego de saber el nombre del cliente cualquier pregunta o explicación, ofrecerle siempre dirigirse a él con su nombre o apellido acompañado de una actitud positiva y empática, preguntar siempre al cliente en que puedo servirle cuáles son sus necesidades y razón de visita en la empresa.

**Gestión del servicio.**

Preguntar ya de manera directa que necesita el cliente a cuál departamento desea ser dirigido, que vas a realizar en la empresa o solicitar, al tener la información de que necesitas, tiene el cliente en la empresa, ofrecerle la



UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente- Empresa NCGAR SRL

orientación necesaria y asistirlo o dirigirlo al departamento que le asistirá en su solicitud o necesidades.

**Despedida del cliente.**

Después de haber terminado con el cliente, preguntar de manera amable y cordial si tiene otras necesidades o si necesita otras informaciones dirigidas al servicio ofrecido.

Luego de terminar ya directamente con el cliente, despedirse con una sonrisa de amabilidad y una frase cordial. Ejemplo, señor Luis Pérez gracias por visitarnos espero que este usted satisfecho con el servicio cualquier duda o inquietud favor dejarnos saber estamos a la orden, que tenga usted un feliz día.

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

**Bienvenida y recepción del cliente.**

Tener equipo de teléfono con buen tono de voz y calidad para transferir llamadas y poner en espera las llamadas, tomar las llamadas con rapidez, sin dejar que el teléfono suene más de tres veces.

Utilizar un saludo apropiado y presentarse, se ha comunicado con la empresa NCGAR SRL, le asiste (gg) en que podemos servirle, para que el cliente sepa con quien está hablando, responder con un tono de voz adecuado y hablar despacio, tener música suave en la empresa.



**Gestión del servicio.**

Siempre estar a la disposición del cliente, preguntar si ha logrado responder de forma apropiada su solicitud y si hay algo más en que pueda ayudarle.

**Despedida del cliente.**

A la hora de despedir del cliente hacerle despedida con cordialidad y gesto de agradecimiento, darle las gracias por su llamada y ponerse a la orden ante

UMPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente- Empresa NCGAR SRL

39

cualquier otra llamada que necesite realizar. Luego de despedirse esperar que el cliente sea el primero que cuelgue la llamada.

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

Bienvenida y recepción del cliente. Tener equipo de teléfono con mucha capacidad de espacio y rápida funcionalidad, e internet con rápida subida y bajada de datos.



Saludo cordial y presentación de la empresa, ejemplo, se ha comunicado con la empresa NOJAR SRL, en el área de servicio en que podemos ayudarle. Le asiste una colaboradora mi nombre es (xxx) a sus órdenes. Siempre Hay que confirmar que el mensaje ha sido recibido. Por más rápido que sea atendido el cliente, siempre tomar en cuenta la escritura y ortografía.

**Atención y sondeo al cliente.**

Siempre indicar su nombre e informar que es la persona que le está respondiendo los chats, contestar dirigidos con el nombre de la persona que escribe. Usar frase de cordialidad, por favor indíqueme en que puedo ayudarle cuál es su necesidad para servirle de la mejor manera.

**Gestión del servicio.**

Controlar y preguntar de la mejor manera posible y breve al cliente, no alargar la espera, explicar de forma precisa y clara la gestión que solicita el cliente.

**Despedida del cliente.**

Recordar que ante cualquier duda puede escribirnos, estamos a la orden ante cualquier inconveniente a servicio que necesite, le asistirá (xxx) a sus órdenes siempre, que tenga un excelente día, agradecerle mucho por que el mensaje de despedida se vea más creativo.

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

40



**SECCIÓN 6. POLITICAS Y ESTRATEGIAS CLAVES EN EL SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE EMPRESARIAL.**

- Conceptualización política y estrategias claves en el servicio y atención al cliente.
- Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad presencial.
- Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad telefónica.
- Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad virtual.

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

41

**5.1 Conceptualización política y estrategias claves en el servicio y atención al cliente.**



Las políticas claves en el servicio y atención a los clientes son planes de acción que tienen como objetivo satisfacer las necesidades, anticipar las objeciones y superar las expectativas de los consumidores en todas las etapas de su relación con la empresa.

Con una política de servicio y atención al cliente a la mano, los equipos encuentran la forma más eficaz de responder a las preguntas más frecuentes.

Las estrategias de servicios y atención a los clientes son planes de acción que tienen como objetivo satisfacer las necesidades, anticipar las objeciones y superar las expectativas de los consumidores en todas las etapas de su relación con la empresa.

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

El personal de servicio al cliente debe tener siempre normas de cortesía, amabilidad y cordialidad, una imagen personal adecuada, responder oportunamente a las necesidades de los clientes, crear espacios en lo que las opiniones de nuestros clientes sean el precedente para nuestro óptimo desarrollo, ofrecer un excelente servicio con una amplia explicación de nuestros servicios y condiciones del mismo, mostrar siempre empatía con el cliente hasta el final del servicio ofrecido, despedirse con cordialidad y siempre ofrecer una disponibilidad del tiempo y espacio en la empresa para el cliente sin importar su circunstancia a la hora de requerir un servicio con la empresa.

*Tráigame esasas de servido sea TCHERFFLAN, cuando dicen "Las vitieras brillan, siempre son brillantes" no sabrás del verídico sea puede parecer que se trata de algo repetitivo que sea la frase más completamente sea la realidad.*

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

32

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

El proveedor indicados el servicio al cliente modalidad telefónica, responde la llamada inmediatamente, debe utilizar un saludo apropiado y presentarse, responder con un tono de voz adecuado y hablar despacio, ser paciente al escuchar las necesidades de los clientes, tener siempre la respuesta adecuada para el cliente clara y precisa, terminar el servicio telefónico con cordialidad y respeto y disponibilidad de ofrecer su disposición al cliente sobre cualquier otro servicio que necesite.

Desde el punto de vista de Lerdick, también representa un factor transversal en el servicio que se ofrece al cliente. No importa si una compañía sea diseñada cualquier empresa de servicios al cliente, los profesionales deben atender los aspectos clave, desde el estado de la atención por teléfono hasta el tiempo en el que se debe establecer la comunicación, egualmente se le debe valorar el tiempo que se tarda en atender una llamada, así como en la creación de perfil llamado telefónico sin generar dudas ni el caso de los mensajes telefónicos, que deben ser recibidos cordiales e todos las acciones políticas de "servicio al cliente" que el profesional que ofrece o recibe su atención, que debe ser que sea organizada.

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

En esta modalidad el proveedor debe ser proactivo, tener cordialidad al momento de saludar, presentarse de manera formal por el chat o correo, evitar textos muy largos a la hora de dar el servicio, cuidar la ortografía y el contenido de cada escrito, ofrecer siempre una experiencia adecuada al cliente, estar disponible a toda solicitud del cliente y ser empático en la respuesta ofrecida, ser cordial a la hora de despedirse del cliente y cerrar el servicio solicitado.



UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

32

**CONCLUSIONES.**

El Manual de Servicio y Atención al Cliente de la Empresa NOJAR SRL, se elaboró con el fin de entregarlo a la empresa, para su manejo adecuado en servicio y atención al cliente de igual forma lo aplican a sus colaboradores para alcanzar un servicio de excelencia y así incrementar el aumento de clientes satisfechos en la empresa.

Este manual enseña a la empresa la forma ideal para diseñar y estructurar un buen servicio y atención al cliente, explica de forma clara y precisa lo que es un servicio y sus modalidades e importancia de esta, para así los colaboradores puedan identificar cada función y rol que conforma cada una de las modalidades de servicio y atención al cliente. Este manual facilita a que los colaboradores comprendan de manera eficiente el servicio que ofrece la empresa.

Además, tiene como enfoque que los colaboradores tengan clara idea de cómo se manejan los perfiles de las personas que ofrecen el servicio en cada una de las diferentes modalidades de esta, de igual forma lo que son los protocolos para llevar a cabo en cada gestión de servicio ofrecido por ellos, del mismo modo las políticas y estrategias que tiene que tener definida la empresa a la hora de querer ofrecer un servicio al cliente con excelencia.

Con este manual puesto en práctica se mejorarán los servicios de atención al cliente en la empresa, el clima laboral de la misma, la estructuración de los equipos por sus modalidades de servicio, así como también la comunicación y el trabajo en equipo de los colaboradores.

Para el uso de este manual de mucha importancia para la empresa y sus colaboradores, sugerimos analizar los contenidos en orden de secciones, recordar las informaciones, hacer planillas en forma práctica, para que de esta forma sus colaboradores comprendan y pongan en práctica el contenido de este para ofrecer un servicio y atención al cliente de profesionalismo en la empresa en cada situación que presente la misma.



UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

33

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

**Autores del Manual de Servicio y Atención al Cliente de la Empresa NOJAR SRL.**

**Daniela del Carmen Méndez Rodríguez,** nacida en Rincón de Piedra, San José de las matas R.D., día 31 de enero del 1993, estudiante de término de la carrera en Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Abierta para Adultos (UAPA). Actualmente reside en Santiago de los Caballeros.

Actualmente me encuentro cursando mi último paso, para la culminación de mi carrera profesional con el proyecto del Manual de Servicio y Atención al Cliente de la Empresa NOJAR SRL, como Licenciada en Administración de Empresas.

En el ámbito empresarial y laboral siempre me ha interesado y he tenido la oportunidad de trabajar en el área de negocios y análisis, mi inclinaciones y pasiones siempre son en el ámbito de negocios.

**Mariene Mercedes Méndez Rodríguez,** nacida en Rincón de Piedra, San José de las matas R.D., día 22 de noviembre del 1995, estudiante de término de la carrera en Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Abierta para Adultos (UAPA). Actualmente reside en Santiago de los Caballeros.

Actualmente me encuentro cursando mi último paso, para la culminación de mi carrera profesional con el proyecto del Manual de Servicio y Atención al Cliente de la empresa NOJAR SRL, como Licenciada en Administración de Empresas.

*Poco a poco, día a día, podemos conseguir cualquier meta que nos proponemos y alcanzar nuestros sueños.*

**Esme Caser**

UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

34

**ANEXO.**

**Descripción del proyecto de intervención de CFG-UAPA.**



Este proyecto de intervención de CFG-UAPA, sirvió como requisito final para graduarnos en la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, nació y se desarrolló en la Universidad Abierta para Adultos UAPA, con el fin de crear un manual de excelencia para brindar un excelente servicio y atención al cliente en las empresas dominicanas.

También proponemos a las empresas realizar talleres con sus colaboradores acerca de lo que es un servicio y atención al cliente y la importancia que tiene saber manejar y respetar los protocolos, políticas y perfiles de servicios y atención al cliente en las empresas.



UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

35




UAPA- Manual de Servicio y Atención al Cliente Empresa NOJAR SRL.

## Anexo IV. Imágenes de la Empresa NOJAR SRL.



**SERVICIO A  
DOMICILIO**

¡Solicita tu préstamo en línea  
y lo llevamos hasta donde te  
encuentres!

**CONTÁCTANOS**  
☎ (809) 753 9893

**NOJAR**  
SOLUCIONES FINANCIERAS A TIEMPO

**NOJAR**  
SOLUCIONES FINANCIERAS A TIEMPO

**SERVICIOS QUE OFRECEMOS**

- ✓ Préstamos comerciales para servicios de microempresas.
- ✓ Préstamos de consumo (personales).

**PRÉSTAMO CON  
APROBACIÓN  
INMEDIATA Y  
SERVICIO A  
DOMICILIO**

## Anexo V. Validación de entrega de Manual Corporativo a Empresa NOJAR SRL, la entrega se realizó digital vía correo electrónico.

