

MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE



Agencia Dolorosa

Riobamba

LISTA DE DISTRIBUCIÓN

PERSONAS AUTORIZADAS	PERSONAS AUTORIZADAS	COPIA #	EMITIDO
Econ. Patricio Gómez	Jefe de Agencia.	MAC.BPAD- 001	12-2013
	Supervisores	MAC.BPAD- 002	12-2013
	Plataforma de servicios	MAC.BPAD- 003	12-2013
Copias no controladas		MAC.BPAD- SC	12-2013

Contenido

1 PRESENTACIÓN DEL MANUAL	4
2 METODOLOGÍA DE TRABAJO	5
3 OBJETIVOS.....	6
4 INTRODUCCIÓN	7
5 ALCANCE	8
5.1 Generalidades	8
5.2 Aplicación.	8
6 REFERENCIAS NORMATIVAS	9
7. DEFINICIONES.....	10
7.1 Definiciones del Manual de gestión de la calidad en Atención al Cliente	10
8 INFORMACIÓN GENERAL	13
9. VALORES CORPORATIVOS DEL BANCO DEL PACIFICO.....	14
10 COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN DE LA AGENCIA LA DOLOROSA.	17
11 POLÍTICA Y OBJETIVOS DE CALIDAD	18
11.1 Política de Calidad	18
11.2 Objetivos de Calidad.	18
11.3 Etapas del Protocolo	19
11.3.1 Apertura	19
11.3.2 Desarrollo.....	19
11.3.3 Cierre	19
11.4 PROTOCOLO DE ATENCIÓN PERSONAL.....	20
11.5 RESPONSABLES DEL MANUAL DE ATENCIÓN CON CALIDAD	20

1 PRESENTACIÓN DEL MANUAL

El presente documento ha sido elaborado en la agencia La Dolorosa del Banco del Pacifico, reúne todos los elementos estandarizar la ***ATENCIÓN AL CLIENTE***.

2 METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología utilizada en la elaboración del presente manual parte del análisis realizado al interior de la agencia Dolorosa y como resultado de la investigación se observa la necesidad de implementar herramientas de mejora en la *ATENCIÓN AL CLIENTE* que coadyuven a la fidelización de clientes brindando productos y servicios acorde a sus necesidades y requerimientos.

3 OBJETIVOS

- Mostrar una evidencia documentada del modelo de gestión de calidad en **ATENCIÓN AL CLIENTE** desarrollado para la Agencia la Dolorosa del Banco del Pacifico, Riobamba.
- Estandarizar el comportamiento de los colaboradores de la agencia hacia los clientes.
- Proveer a la dirección de una herramienta de gestión para la toma de decisiones oportuna.

4 INTRODUCCIÓN

La apertura de mercados, la globalización y la competitividad estimula al mejoramiento continuo de las instituciones y esto provoca que los clientes en el deseo de satisfacer sus necesidades exijan productos y servicios de calidad, incitando a que las organizaciones incluyan dentro de la cultura organizacional la **ATENCIÓN AL CLIENTE** como base fundamental.

El enfoque hacia el cliente, permite que las organizaciones capaciten constantemente a su personal en temas relacionados con atención y calidad, generando diferenciar la imagen de la organización.

El objetivo de elaborar el Manual de Atención al Cliente, es brindar una guía a los colaboradores que sirva como parámetro para la atención al cliente interno y externo de la agencia Dolorosa del Banco del Pacifico.

5 ALCANCE

5.1 Generalidades

El presente Manual describe cual debe ser el comportamiento y atención que los colaboradores de la agencia Dolorosa deben brindar a los clientes del banco.

5.2 Aplicación.

El Manual de Atención al Cliente es aplicado en la agencia Dolorosa, ubicado en la ciudad de Riobamba.

El alcance del manual está dirigido a:

- Colaboradores de la agencia o denominados clientes internos.
- Personal de seguridad.
- Personal de limpieza.

La aplicación es inmediata durante y después la visita del cliente en las instalaciones de la agencia.

6 REFERENCIAS NORMATIVAS

Este manual ha considerado lo establecido en las siguientes normas para guía en su elaboración:

- ✓ ISO 9000 Sistemas de Gestión de la Calidad. Fundamentos y Vocabulario. Versión oficial UNE-EN ISO 9000. Diciembre del 2000.
- ✓ ISO 9001:2008, Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos o su equivalente Mexicana NMX-CC-9001-IMNC-2000.
- ✓ ISO 9001:2000 Sistemas de Gestión de la Calidad (Traducción certificada) por ISO/TC 176, Gestión y Aseguramiento de la Calidad, con participación de organismos nacionales de normalización y representantes del sector empresarial del Ecuador.

7. DEFINICIONES

7.1 Definiciones del Manual de gestión de la calidad en Atención al Cliente

Para la aplicación del manual serán de uso las siguientes definiciones:

Tipos de clientes: pueden ser de dos tipos, externos e internos. Externos son las personas que no pertenecen a la agencia y los internos son los funcionarios mismos de la agencia.

Elementos de servicio al cliente: comprende dos elementos, la atención y servicio que le brindamos al cliente. La atención al usuario demanda cortesía, deseo de ayudar, entusiasmo, empatía, puntualidad. Se debe tratar al cliente como la persona más importante y la razón de ser de nuestro trabajo. El servicio demanda una mejora de los procesos internos que hacen contacto con el cliente. Nada se gana si la atención al usuario es excelente, pero los procesos no lo son.

Visión de excelencia: la visión de excelencia en el servicio al cliente en una institución, es que todos los funcionarios comprendan que deben exceder las expectativas que tiene el cliente mismo. Porque una atención y un servicio al cliente excelente es un requisito indispensable para la buena imagen de la agencia.

Valor agregado: el valor agregado más importante es la calidad de las relaciones humanas de los funcionarios, o sea, la excelencia del personal, ya que el valor agregado en la atención al cliente consiste en todo aquello que el cliente percibe que no paga por ello y que mejora el servicio que recibe (buena atención, horarios, centros de atención, diversas modalidades de pago, servicio por internet, y otros).

Indicador: Son puntos de referencia, que brindan información cualitativa o cuantitativa, conformada por uno o varios datos, constituidos por percepciones, números, hechos, opiniones o medidas, que permiten seguir el desenvolvimiento de un proceso y su evaluación, y que deben guardar relación con el mismo.

Proceso: “Qué hacemos” Es la secuencia de actividades lógicas diseñada para generar un *output* (Entradas) preestablecido para unos clientes identificados a partir de un conjunto de *inputs* (Salidas) necesarios que van añadiendo valor.

Procedimientos: “Cómo lo hacemos” es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada. El concepto, por otra parte, está vinculado a un método o una manera de ejecutar algo. Un procedimiento, en este sentido, consiste en seguir ciertos pasos predefinidos para desarrollar una labor de manera eficaz. Su objetivo debería ser único y de fácil identificación, aunque es posible que existan diversos procedimientos que persigan el mismo fin, cada uno con estructuras y etapas diferentes, y que ofrezcan más o menos eficiencia.

Misión: Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

Visión: Una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

Políticas de Calidad: Es el documento base para la implementación de un sistema de gestión de la calidad, marcará las directrices generales para la planificación del sistema y orientará a toda la organización hacia la satisfacción del cliente.

Objetivos de Calidad: Son aquellos los que responden a las necesidades de los clientes que se deben traducir en características de los servicios, cumpliendo los miembros de una organización para cumplir estándares de calidad.

8 INFORMACIÓN GENERAL

El Banco del Pacífico fue fundado el 10 de abril de 1972 por Marcel J. Laniado de Wind, quien había estudiado Agronomía en el prestigioso Instituto Zamorano, en Honduras. Él también estuvo al mando de la Sociedad Agrícola Los Álamos y fue uno de los fundadores del Banco de Machala. Posteriormente, el ejecutivo se desempeñó como Ministro de Agricultura durante el período presidencial de León Febres Cordero.

El banco abrió sus puertas con un capital de 40 millones de sucres, aportado por 447 accionistas de Guayaquil, Quito, Cuenca, Machala, Manta y Babahoyo. En aquel momento, la institución tenía 43 empleados. En 2010 cuenta con 1790, los cuales están distribuidos en más de 120 oficinas.

Con su particular filosofía de brindar mayor acceso al crédito a todos los sectores de la economía, incluidos artesanos y microempresarios y convertirse en catalizador del desarrollo del país, el Pacífico revolucionó el sistema financiero desde el comienzo.

También se ganó la reputación de innovador al desarrollar productos de banca electrónica como Audiomático, Telebán, Intermático, Orden de Cobros y Pagos, que permiten realizar transacciones personales y corporativas desde la casa y oficina las 24 horas del día, durante todo el año.

En 1998, Marcel Laniado de Wind era considerado uno de los banqueros ecuatorianos con mayor conciencia social. Sin embargo, ese mismo año, Laniado falleció mientras recibía tratamiento médico en el Hospital Anderson de Houston (Texas). Tenía 71 años de edad.

Un año después, el banco enfrentó el momento más crítico en su historia. La crisis financiera de 1999 colocó a la institución al borde de la quiebra. No

obstante, la aparición de un nuevo accionista, la fidelidad de los clientes y el manejo prudente y profesional de su administración permitieron su recuperación en tiempo récord y el relanzamiento comercial de la entidad con una imagen renovada y moderna.

El nacimiento del Banco del Pacífico modernizó el sistema financiero ecuatoriano por la ruptura de viejos conceptos y prácticas de la banca tradicional, y el uso innovador de la más alta tecnología, que lo convirtieron en referente del país y de la región. Producto del manejo prudente y profesional de su administración, el Pacífico logró superar los momentos más difíciles que atravesó durante la crisis financiera de 1999, tras la muerte de su fundador, el Sr. Marcel Laniado de Wind. Al final de la década siguiente, recuperó su posición como uno de los mayores y más modernos bancos del Ecuador.

Como respuesta al mercado ocupacional del sector de gran demanda en el comercio, industria se ha presentado el proyecto de creación de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ante el Honorable Consejo Politécnico cuya aprobación se dio unanimidad el 24 de agosto de 1978, con la creación de su primera Escuela de Ingeniería de Empresas, nombrando al Dr. Víctor Reinoso Director Encargado de la Escuela, quien a su vez presentara a Consejo Politécnico un informe detallado sobre la marcha Académica, Organización, Presupuesto etc., que será necesario para su normal funcionamiento.

Dando inicio a sus labores académicas con la primera promoción, el mes de octubre del año en curso con 800 alumnos, culminando con el egresamiento y graduación de 2 estudiantes en el año de 1985.

9. VALORES CORPORATIVOS DEL BANCO DEL PACIFICO.

Transparencia de la información y credibilidad.- Mantener una permanente actitud de congruencia, verticalidad y solvencia personal, que contribuya a fortalecer la confianza y credibilidad en el GFBP.

Trabajo en equipo.- Desarrollar nuestra capacidad de interacción e integración en el plano laboral, que permita y viabilice alcanzar los objetivos corporativos.

Responsabilidad.- Asumir nuestras funciones y deberes dentro del GFBP, con la convicción y certeza de cumplirlas de manera eficaz, eficiente y oportuna.

Honestidad.- Evidenciar en cada una de nuestras acciones, un comportamiento probo y sincero, que demuestre una profunda solvencia e integridad moral y ética.

Respeto.- Brindar a las personas un trato digno y sin discriminaciones, que permita mantener la decisión auténtica de no transgredir los derechos de los individuos y de la sociedad.

Reconocimiento a las personas.- Valorar con objetividad las capacidades propias y las de los demás para la realización de la tarea colectiva del GFBP.

El mejoramiento continuo.- Adquirir nuevos conocimientos y habilidades que permitan generar valor agregado para los clientes y el GFBP.

La excelencia y vocación en el servicio.- Ofrecer una óptima calidad de servicio a los clientes y usuarios, mediante el desarrollo de productos y servicios que respondan a sus necesidades y que promueva el desarrollo económico y social del país.

Compromiso.- Cumplir con perseverancia, profesionalismo, lealtad y sentido de pertenencia, los deberes y obligaciones, con apego a los objetivos estratégicos.

10 COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN DE LA AGENCIA LA DOLOROSA.

La Dirección de la Agencia La dolorosa del Banco del Pacifico evidencia su compromiso con la calidad y mejora continua mediante:

- a. Comunicación permanente a todo el personal de la Agencia La Dolorosa de la importancia de cumplir con los requerimientos del cliente.
- b. Establecer y asegurar el cumplimiento de la **Política de calidad.**
- c. Establecer y asegurar el cumplimiento del **Objetivo de calidad.**
- d. Realizar reuniones de difusión y revisión de este Manual y documentar las resoluciones.
- e. Adquirir y utilizar información del proceso en forma continua
- f. Medir la efectividad de los procesos para lograr el cumplimiento de los objetivos de calidad.
- g. Conocer y atender las necesidades de nuestros clientes.

11 POLÍTICA Y OBJETIVOS DE CALIDAD

11.1 Política de Calidad

La Agencia La Dolorosa del Banco del Pacífico Riobamba se compromete a cumplir parámetros de calidad en la atención al cliente, para satisfacer plenamente las necesidades y expectativas en los clientes y sociedad en general, con una administración moderna, impulsando principios de honestidad, sentido de pertenencia, con talento humano capacitado y pertinente, apoyo a la comunidad y liderazgo, comprometiéndonos a mejorar continuamente nuestros procesos.

11.2 Objetivos de Calidad.

Los objetivos de Calidad son:

- Elaborar un Manual de Calidad en la Atención al cliente.
- Investigar permanentemente sobre las necesidades y expectativas de los clientes.
- Controlar y medir nuestros procesos.
- Mejorar continuamente los procesos.
- Disminuir las no conformidades.

11.3 Etapas del Protocolo

El protocolo establece la formalidad que se debe seguir con el cliente y este comprende tres etapas:

11.3.1 Apertura

La apertura inicia desde el momento que el cliente es recibido por el personal de seguridad en la puerta de entrada, quien deberá abrir la puerta de la agencia y dar la bienvenida al cliente.

Luego la apertura continúa con el colaborador del Banco del Pacifico, es en este momento en donde el cliente se acerca a realizar la transacción en las diferentes áreas del banco como son cajas, plataforma de servicios o crédito y será recibido con un saludo cordial y amable demostrando interés por atender el requerimiento del cliente.

11.3.2 Desarrollo

El colaborador del Banco del Pacifico deberá mantener contacto visual con el cliente generando empatía y preocupación por atender el requerimiento, es importante que el colaborador conozca de los procesos del área, productos y servicios que el banco oferta e inicie el primer contacto de negocio ofreciendo los servicios que se recauda en el banco en el caso de pertenecer a las área de cajas y servicios.

11.3.3 Cierre

Una vez satisfecha la necesidad del cliente o a su vez de encaminar el reclamo a las áreas correspondientes, el colaborador del banco deberá despedirse de manera cordial y afectiva invitándole al cliente a visitar en otra ocasión las instalaciones del banco.

11.4 PROTOCOLO DE ATENCIÓN PERSONAL

- Hacer contacto visual con el cliente desde el momento en que se acerque a los colaboradores.
- Manejar un saludo homogéneo que identifique al banco del Pacífico: Buenos días, tardes o noches, mi nombre es (nombre del colaborador); ¿en qué podemos servirle?...
- Cuidar el léxico que maneja con el cliente al igual que la presentación personal.
- Mantener contacto visual durante el periodo de la transacción.
- Demostrar empatía, interés y conocimiento al cliente.
- Despedirse, agradeciendo la visita del cliente al Banco del Pacífico Agencia La Dolorosa e invitarlo a visitar en otra ocasión las instalaciones.

Es importante prestar atención al cliente y en lo posible durante el momento de atención se deben alejar distractores que afecten la concentración del colaborador como por ejemplo atender llamadas telefónicas, dar solución a otro problema de otro cliente o mostrar interés en otros clientes.

11.5 RESPONSABLES DEL MANUAL DE ATENCIÓN CON CALIDAD

La responsabilidad recae sobre todos los colaboradores del Banco del Pacífico en la agencia Dolorosa, el cumplimiento del presente manual debe ser analizado de manera mensual por la gerencia en base a comentarios y sugerencias de los clientes y esto se reflejara en el cumplimiento de los objetivos.