

Licenciatura en Mercadeo

Diplomado:

PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LA GESTIÓN COMERCIAL EN
EMPRESAS DE SERVICIOS

Proyecto:

Plan De Marketing Empresa de Servicio Centro Educativo Sonrisa de
Esperanza

Autores:

Johanna Teresa Cuevas

Sony Báez Brito

Yessica María Silverio Díaz

Facilitadora Acompañante:

Eliana Campos Taveras

24 de octubre de 2022

Santo Domingo República Dominicana

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Portada CFG	Pág.1
2. Índice	Pág.2
3. Introducción	Pág.4
4. Desarrollo	Pág.8
5. Sección I: Fundamentos de empresas de servicios	Pág.7
1.1 Defina qué es una empresa de servicios y cuál es su finalidad comercial.	
1.2 Describa varios tipos de empresas de servicios que considere interesantes y rentables en el país.	
1.3 Identifica los factores contextuales del mix de marketing que garantizan que una empresa de servicio sea exitosa y tenga un buen posicionamiento en el mercado.	
1.4 Investiga cuál es el impacto del sector servicio en la economía de la República Dominicana.	
1.5 Presente los datos generales (nombre, RNC, ubicación y descripción de su actividad comercial) tres posibles empresas de servicios donde puede realizar sus proyectos de investigación de CFG. Considere que esta empresa debe estar registrada legalmente o tener su RNC.	
6. Sección II: Contexto empresa seleccionada	Pág.13
2.1 Presente formalmente (nombre, RNC, ubicación, descripción de la actividad comercial de servicio que realiza). La empresa de servicio elegida para su proyecto de investigación de CFG.	
2.2 Describa los siguientes elementos fisiológicos de la empresa de servicios elegida: Misión, visión, valores principales, propósitos empresariales.	
2.3 Determine las estructuras organizacionales (departamentos, áreas operativas) de esta empresa. Presente su organigrama.	
2.4 Identifique y describa los servicios (características, beneficios, valores agregados, principios formatos de distribución) que ofrece esta empresa en la actualidad.	
2.5 Establezca según su consideración cuales son los servicios más denominados por los clientes y cuales tienen menos salida o presentan más quejas y reclamos.	

2.6	Determine cuál es su cartera de clientes a la fecha y cuál es su territorio de ventas.	
2.7	Explique las estrategias comerciales que actualmente practica la empresa para posicionar su servicio en el mercado.	
2.8	Realice un análisis FODA comercial (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) enfocado en su oferta actual de servicio.	
7.	Sección III: Presentación y análisis resultados encuesta -----	Pág.19
8.	Sección IV: Factores mercadológicos críticos en empresas de servicios.----- -----	Pág.40
4.1	Análisis de la competencia.	
4.2	Análisis de los consumidores.	
4.3	Análisis de la oferta de servicios.	
4.4	Segmentación demográfica.	
4.5	Segmentación geográfica.	
4.6	Segmentación psicográfica.	
4.7	Segmentación comportamental.	
4.8	Estrategias utilizadas por la empresa en el uso de redes sociales, whatsapp, página web y tecnología interna.	
4.9	Aspectos mercadológicos que le gustaría mejorar a la empresa en su gestión comercial.	
8.	Conclusión. -----	Pág.48
9.	Bibliografías o webgrafías consultadas. -----	Pág.50
10.	Anexos. -----	Pág.51

INTRODUCCIÓN

En este informe final del módulo I, módulo II estaremos presentando contenido muy relevante y de gran interés, los mismos han sido desarrollados en el transcurso del diplomado con la finalidad de exponer las informaciones de manera clara y precisa

Desde el inicio desarrollaremos los fundamentos del sector servicio en República Dominicana, selección y evaluación de empresa de servicio, con las siguientes consignas a definir: Que es una empresa de servicios y cuál es su finalidad comercial, describir varios tipos de empresas de servicios que se consideren interesantes y rentables en nuestro país, identificar los factores contextuales del mix de marketing que garantizan que una empresa de servicios sea exitosa y tenga un buen posicionamiento en el mercado, cual es el impacto del sector servicio en la economía de la Rep. Dominicana, presentar los datos generales (nombre, RNC, ubicación y descripción de la actividad comercial).

Continuamos con la presentación de la empresa de servicios que tendremos como finalidad mejorar y evaluar la estructura del servicio que ofrecen a sus clientes.

Centro Educativo Sonrisa de Esperanza cuenta con Misión, Visión, Valores bien definidos los cuales presentaremos detalladamente.

En este documento podrán conocer la satisfacción de los clientes que utilizan los servicios de la empresa mediante la encuesta realizada con la finalidad de detectar mejoras y oportunidades para alcanzar un mayor nivel de satisfacción en el servicio que ofrecen.

Estos resultados los estaremos exponiendo mediante las tabulaciones y graficas obtenidas del cuestionario que hemos realizado con los resultados de la encuesta.

En este informe estaremos presentando las fortalezas y debilidades que tiene el Centro Educativo Sonrisa de Esperanza, en los servicios que ofrece, el

rendimiento en el servicio al cliente, las necesidades fundamentales que tienen los clientes que solicitan los servicios educativos del colegio.

Las debilidades y fortalezas con las que cuenta la competencia de esta institución que hacen la diferencia versus el Centro Educativo Sonrisa de Esperanza. En el mismo estaremos conociendo el rendimiento con el que cuenta esta institución a nivel del servicio al cliente tanto virtual como presencial en base a las informaciones presentadas podremos utilizar las informaciones para proponer mejoras en el servicio al cliente.

En este informe estaremos presentando informaciones relevantes de los usuarios de los servicios del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza, en el mismo vamos a exponer características de los clientes que están utilizando de manera recurrente los servicios de esta entidad educativa.

En el cual vamos a exponer la edad, género, nivel académico de los padres de los estudiantes, como otros factores importantes nivel socioeconómico, estado civil o núcleo familiar, etc.) En el mismo presentamos datos más asociados a las características generales como la Zona, sector, provincia o lugar de residencia, etc.)

Resulta muy importante presentar estos datos de los usuarios que utilizan los servicios conocer informaciones tales como son los (Intereses, motivaciones, necesidades, actitudes, etc.) Como lo que presentamos a continuación nos permitirá más adelante realizar las sugerencias permitentes para mejorar los servicios de los clientes de esta empresa.

Las estrategias están utilizando la empresa en lo que respecta al uso de redes sociales, páginas web, WhatsApp, correo electrónico u otros sistemas de mensajerías, tipos de tecnología interna o métodos utiliza la empresa para garantizar una mejor experiencia de servicio al cliente, en lo que respecta al uso de turnos de asistencia, eficientización de procesos, prontitud de respuesta, etc.

Se exponen los aspectos que le interesaría desarrollar a la empresa para mejorar su experiencia de servicio y atención al cliente, en términos de: oferta de

servicios, precios, modalidades de asistencia, tácticas promocionales, publicitaria, ventas, relaciones públicas, marketing digital.)

En este informe presentado a continuación hacemos una investigación más profunda la cual servirá como guía de referencia para proponer mejoras en el uso de los sistemas que utilizan y las Herramientas digitales que sirven de gran ayuda a nivel mundial.

Ver detalles a continuación:

SECCION I: FUNDAMENTOS DE EMPRESAS DE SERVICIOS.

DESARROLLO

1.1 Defina que es una empresa de servicios y cuál es su finalidad comercial.

Se denomina empresa de servicio aquella que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades de recreación, capacitación, de medicina, de asesoramientos de construcción de una fiesta, de luz, gas.

Se denomina empresa de servicio a aquella que ofrece un producto o un servicio intangible.

Las empresas de servicio son la que proporcionan servicios es decir alimentos no tangibles que cubren necesidades específicas.

Ejemplo:

Electricidad

Agua

Gas

El transporte de mercancías las comunicaciones, la cultura, el espectáculo, los hoteles o el turismo entre otros.

Esto implica que las empresas de servicios cuentan con un alto nivel de especialización en su rama o actividad las empresas que ofrecen tanto servicio como producto tangible, por lo general se centra en dar respuestas a una sola necesidad entre su público.

1.2 Describa varios tipos de empresas de servicios que considere interesantes y rentables en nuestro país.

En la república Dominicana existen numerosas empresas de servicios como son las siguientes a describir.

Empresas de servicios rentables en nuestro país.

Altice Dominicana: es una empresa proveedora de servicios de telecomunicaciones en la República Dominicana fundada en 1988 en Ámsterdam y tiene su sede central en Santo Domingo, la misma adquirió las acciones en el año 2013 de Tricom y la multinacional Orange.

Lula Auto Service, S.A: es una empresa dedicada a servicios automovilísticos, ventas de piezas, reparación de vehículos y mantenimiento general, fue fundada en el año 2001 en el sector los Frailes II km 11 Santo Domingo Este.

Seguro Nacional de Salud (SENASA): es una institución pública autónoma y descentralizada, que surge con la responsabilidad de administrar los riesgos de salud de los afiliados del régimen subsidiado, de los empleados públicos y empleados privados.

Centro de Obstetricia y Ginecología: empresa dedicada a servicios médicos con la especialidad en servicios ginecológicos y estudios avanzados, ubicado en la avenida independencia #451 sector Gazcue Distrito Nacional.

Gomas y Lubricantes Guzmán: es una empresa de servicios dedicada a la venta y mantenimiento de gomas, lubricantes y filtros de todo tipo de vehículos ubicado en el sector los 3 Ojos en la avenida Marginal de las Américas #7 sector Santo Domingo Este.

1.3 Identifica los factores contextuales del mix de marketing que garantizan que una empresa de servicios sea exitosa y tenga un buen posicionamiento en el mercado.

El marketing -mix es la mezcla de cuatro elementos que van a suponer la efectiva ejecución de una estrategia de marketing. Su papel en este es crucial, ya que en esencia se trata de crear productos y servicios que satisfagan a los consumidores de forma tal que el precio distribución y promoción se conciban como un todo.

Factores contextuales que garantizan el éxito de una empresa de servicios tenemos los siguientes:

- Creación de estrategia orientada a la satisfacción del cliente, para obtener la idealización del mismo.
- Personal de servicio al cliente con los conocimientos necesarios para responder todas las inquietudes y preguntas de los usuarios.
- Una plaza o local adecuado para recibir los usuarios o cliente, ya que esto garantiza la tranquilidad mientras el cliente espera para ser atendido.
- Precios competitivos en el servicio y que ofrezcan calidad versus precio.

- Sistema o programas que funcionen de manera óptima para poder ofrecer al cliente un servicio de calidad.
- Calidad y distinción son unos de los factores más relevantes en este tipo de negocios ya que no se ofrece un producto tangible, debemos dejar una experiencia que puedan recordad de manera positiva.
- Estrategias orientadas a la promoción masiva de los servicios ofrecidos, creando estrategias digitales orientadas a dar a conocer nuestros servicios.
- Ejecutar un estudio de compra del servicio que vendemos garantizando que el mismo cumpla con las expectativas del cliente.
- Análisis minucioso de la competencia, para conocer quiénes son tus principales competidores en el mercado.
- Selección de los canales de distribución de manera inteligente y congruente con el tipo de servicios que se ofrece.
- Análisis del mercado, realizar estudios de mercados orientados a conocer la necesidad del cliente.
- Realizar estrategias orientadas a obtener más clientes por medio al requerimiento de un cliente a otro.

4Ps

4Cs

Producto

Cliente

Precio

Costo

Plaza

Conveniencia

Promoción

Comunicación

1.4 Investiga cual es el impacto del sector servicio en la economía de la República Dominicana.

En interés de mantener debidamente edificados a los agentes económico y al público en general y como parte de sus compromisos con la transparencia y la divulgación oportuna de datos en forma sobre los resultados preliminares de la actividad económica al mes de enero del año 2022.

El impacto económico de la república dominicana registro una expansión interanual de 6.3%, el resultado mejor al comportamiento esperado en el contexto de una acelerada programación en el país de la variante.

El impacto económico, se puede observar que los sectores que evidenciaron mayores tasas de crecimiento en sus valores agregados real fueron: hoteles, bares y restaurantes (28.9%), otras actividades de servicios (9.9%), comercios (9.3%), transporte y almacenamientos (9.2%), energía y comunicaciones (6.9%) servicios financieros (5.7%), salud (5.7%) manufactura de zona francas (5.0%), entre otros.

El sector servicios en la economía aumento en el valor agregado en las actividades de comercio (9.3%) y transporte y almacenamiento (9.2%) se encuentra balanceado estrechamente al dinamismo en la producción, distribución y comercialización de bienes agropecuarios y manufacturados de origen local e importados.

Cuando el sector servicio resulta importante mencionar el aumento interanual de 5.0 % en valores agregado real de la zona francas, reflejados en el incremento anualizado de 6.7% de las exportaciones del sector, las cuales totalizaron US\$471.4 millones al cierre del mes de enero.

El sector servicio en la economía de la república dominicana es destinada principalmente a la producción en enero de 2022 un crecimiento 2.2% en su valor agregado real, con respecto al mismo mes del año anterior.

Durante las últimas décadas, el crecimiento económico en la república dominicana redujo sustancialmente la tasa de pobreza y apoyo la expansión de las clases media.

La economía, planificación y desarrollo informa que se prevé un cierre del PIB real en torno al 11.0% en 2021.

Asimismo, puntualiza que la economía dominicana registro un crecimiento de 9.7% interanual en octubre pasado. Sostiene que hay evidencia de una recuperación respecto a los niveles pre pandemia y al comprar igual producto de 2019 (enero – octubre), se observa un crecimiento acumulado promedio de 3.7%.

El ministerio de economía recuerda que, en la actualización del informe de perspectiva la economía mundial del FMI a octubre de 2021, se indica que la economía dominicana aparece entre las 10 de mayor crecimiento en 2021 a nivel mundial, y entre las seis primeras de América latina y el Caribe (ALC). Así mismo, se encuentra entre los seis países de ALC que recuperan los niveles pre pandemia 2021.

1.5 Presente los datos generales (nombre, RNC, ubicación y descripción de su actividad comercial) tres posibles empresas de servicios donde puede realizar su proyecto de intervención de CFG. Considere que esta empresa debe estar registrada legalmente o tener su RNC.

Para este Diplomado proponemos la siguiente empresa:

1. EDEESTE

RNC 1-01-82021-7

DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD DEL ESTE S.A

1. CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA

RNC 130-56098-6

Ubicación: Las Américas km 13 sector los molinos

Actividad comercial: centro de estudios primaria

2. NOMBRE: LULA AUTO SERVICES

RNC: 123006802

Ubicación: marginal de las Américas km 11 #45 sector los frailes II

Actividad comercial: Empresa dedicada a servicios automovilísticos, ventas de piezas, reparación de vehículos y mantenimiento general.

SECCION II: CONTEXTO EMPRESA SELECCION

2.1 Presente formalmente (Nombre, RNC, ubicación, descripción de la actividad comercial de servicio que realiza) la empresa de servicios elegida para su proyecto de intervención de CFG.

Nombre: CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA

RNC: 130-56098-6

Dirección: Calle mella esquina progreso #4 Sector Los Frailes 3

Actividad comercial: Servicios educativos

a. Describa los siguientes elementos filosóficos de la empresa de servicios elegida: Misión, visión, valores, principales propósitos empresariales.

Misión:

La misión del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza es ofrecer el más alto estándar de calidad basada en una educación de competencia por medio del mejoramiento continuo en nuestros procesos educativos que ofrecemos con un alto nivel de amor, respeto a Dios y a la sociedad, con fiel propósito de optimizar el desarrollo intelectual y personal de nuestros alumnos y alumnas. Facilitando así su proyección en la familia en el trabajo y en la sociedad.

Visión:

Nuestra visión es establecernos como líder en la enseñanza en competencia en la comunidad de los frailes y zonas aledañas brindando a estas comunidades un servicio de alta calidad, formando personas integras con amor a Dios y que participen como ciudadanos ejemplares en el seno del hogar.

Valores:

Amor de Dios

Honestidad

Respeto

Solidaridad

Prudencia

Amistad

Sinceridad

Tolerancia

Humildad

b. Determine la estructura organizacional (Departamentos o áreas operativas) de esta empresa. Presente su organigrama.

Dirección general: Se encarga de dirigir y liderar todas las actividades del colegio a nivel pedagógico como administrativo de la organización.

Dirección académica: se encarga de dirigir los asuntos académicos a nivel general en la institución, además de los programas académicos para lograr la calidad en la docencia.

Registro: Es un departamento que depende de la dirección académica y se encarga de las admisiones y el manejo de las documentaciones de los estudiantes.

Servicio al cliente: encargado de orientar al cliente en las informaciones que este desea de la institución.

Encargado de mantenimiento: Encargado del mantenimiento de la infraestructura del colegio para dar soporte a cualquier anomalía de la misma.

Mayordomía: Encargado del manejo de las puertas, llaves, del colegio.

Conserjería: Departamento encargado del aseo en general del colegio.



c. Identifique y describa los servicios (Características, beneficios, valor agregado, precios, formatos de distribución) que ofrece esta empresa en la actualidad.

Servicios que ofrece la empresa:

Educación Inicial

Educación Grado primaria

Educación Grado 2 Ciclo

Educación Grado 1 ciclo Secundaria

Educación Grado 2 do ciclo Secundaria

Precios de los servicios

Colegiatura Grado Inicial \$24,200

Colegiatura Grado Primaria 1er ciclo \$25,300

Colegiatura Grado Primaria 2do Ciclo \$26,400

Colegiatura Grado 1er ciclo Secundaria \$28,600

Colegiatura Grado 2do ciclo Secundaria \$30,800

Valor Agregado:

La empresa les brinda a sus estudiantes clases de informática, talleres de diferentes manualidades, talleres de pintura, participación en actividades deportivas en el sector.

Formato de distribución:

Ofrece sus servicios de manera presencial de Lunes a Viernes de 8.00 a 1.00 pm de la tarde.

d. Establezca según su consideración cuales son los servicios más demandados por los clientes y cuales tienen menos salidas o presentan más quejas y reclamos.

Mayor Salida

Colegiatura Grado Primaria 2do Ciclo \$26,400

Colegiatura Grado 1er ciclo Secundaria \$28,600

Menor Salida

Colegiatura Grado Inicial \$24,200

2.6 Determine cuál es su cartera de clientes a la fecha y cuál es su territorio de ventas.

Cartera de clientes: Cantidad de Clientes: 364

Territorio: Las Américas sector los Frailes.

2.7 Explique las estrategias comerciales que actualmente practica la empresa para posicionar sus servicios en el mercado.

La empresa utiliza estrategias convencionales, ya que la misma no cuenta con un departamento de mercadeo que se encargue de los medios digitales.

Métodos utilizados para su comercialización:

Volantes

Afiches

Anuncios en el periódico

Referimiento por los mismos padres de los alumnos

Vallas publicitarias en el sector

2.8 Realice un análisis FODA Comercial (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) enfocado en su oferta actual de servicios.

Análisis FODA comercial

Fortalezas

Nuestro colegio cuenta con un grado de estudio superior en el área, con maestros con las competencias para las diferentes materias que se imparten en el plantel.

Oportunidades

Ser el principal colegio de la zona oriental, aplicando educación de calidad.

Debilidades

Nuestra debilidad como empresa de servicio son las infraestructuras que no puede acoger la cantidad de estudiantes demandantes de la zona.

Amenazas

Tenemos dos colegios próximos a la zona que ofrecen servicios educativos bilingües y a nivel tecnológicos con inversiones mayores.

SECCION III: PRESENTACION Y ANALISIS RESULTADOS ENCUESTA.

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

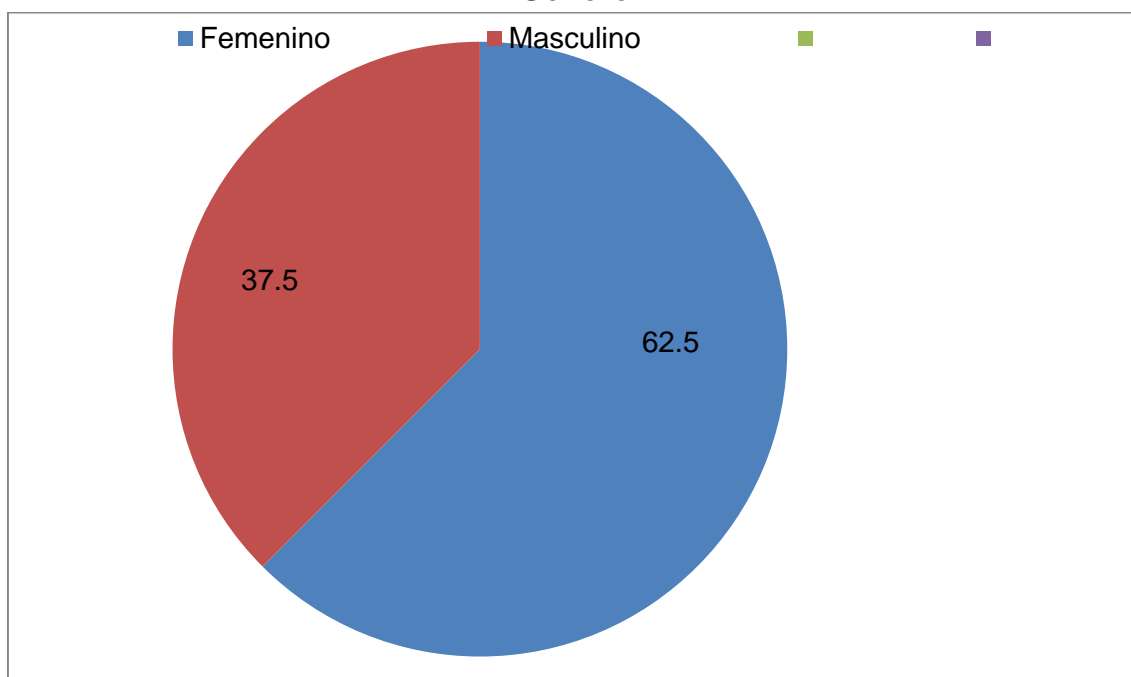
Tabla No. 1
Genero

Opción	Frecuencia	%
Femenino	25	62.5
Masculino	15	37.5
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **62.5%** de los encuestados son de sexo masculino, **37.5%**, al sexo femenino .Lo que evidencia la mayor en el sexo femenino.

Gráfica No. 1
Genero



Fuente: Tabla No. 1, pregunta No.1 del cuestionario o encuesta aplicada a usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

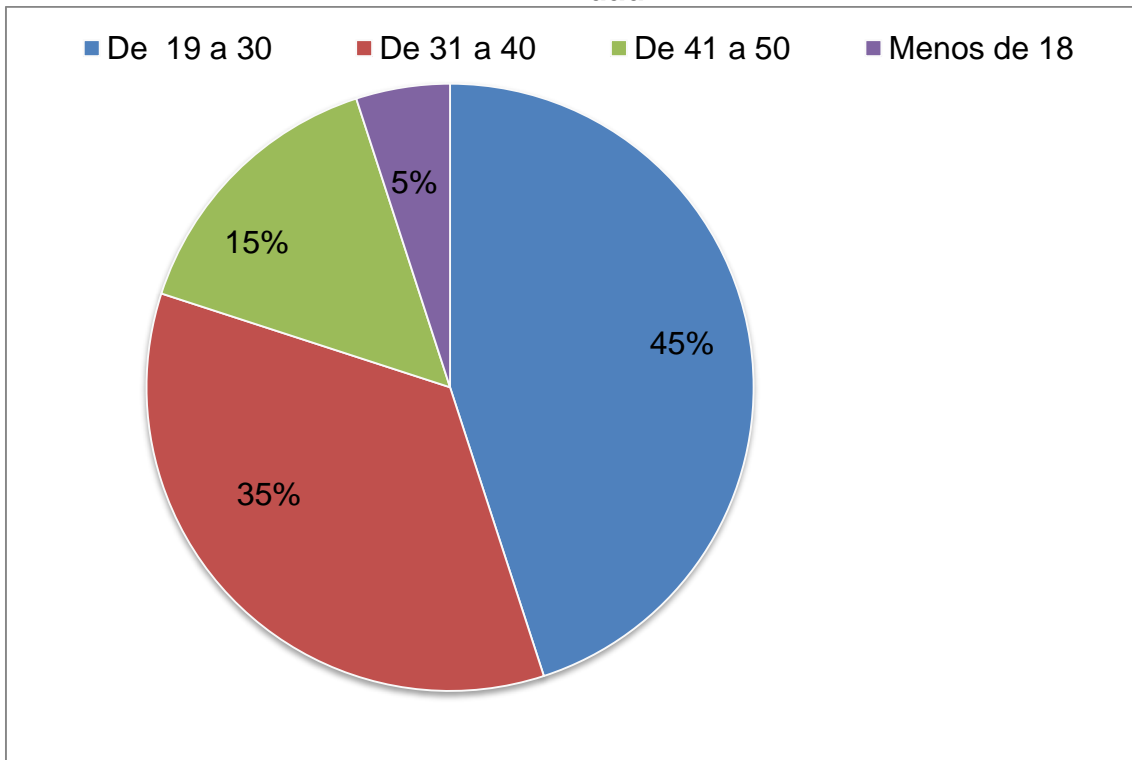
Tabla No. 2
Edad

Opción	Frecuencia	%
De 19 a 30	18	45
De 31 a 40	14	35
De 41 a 50	6	15
Menos de 18	2	5
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.2 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **45%** de los encuestados oscilan entre los 19 a 30 años, **35% de 31 a 40 años el 15%** de 41 a 50 años de edad. Lo que evidencia el mayor rango de edad es de 19 a 30 años.

Gráfica No. 2
Edad



Fuente: Tabla No. 2, pregunta No. 2 del cuestionario o encuesta aplicada a usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

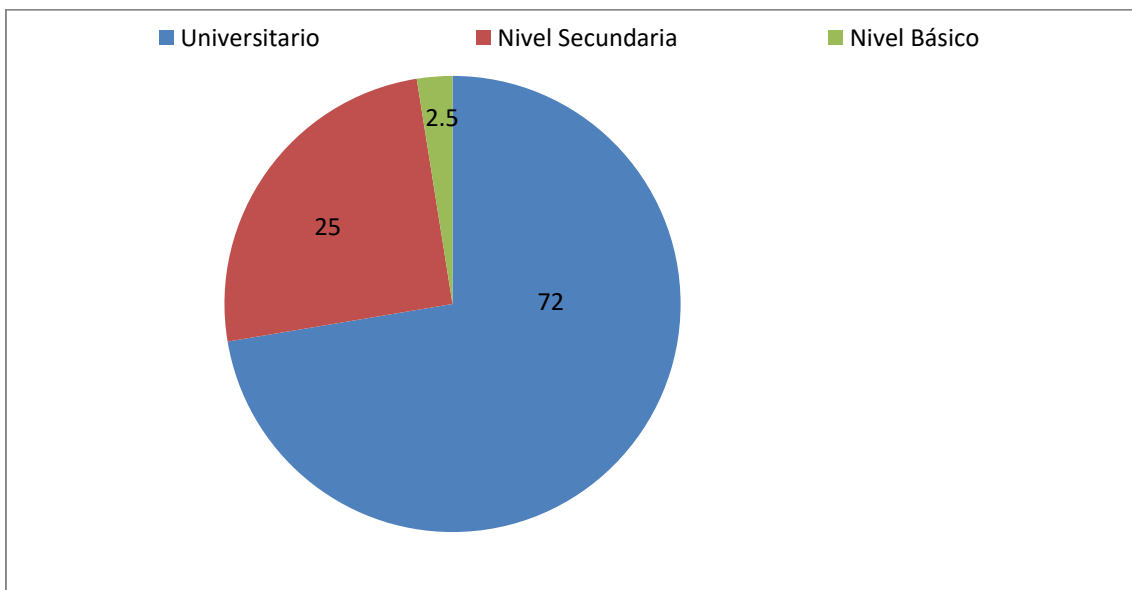
**Tabla No. 3
Nivel Académico**

Opción	Frecuencia	%
Universitario	29	72
Nivel Secundaria	10	25
Nivel Básico	1	2.5
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.3 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **72%** de los encuestados corresponden al nivel universitario, **25%** al grado universitario **el 2.5%** al nivel básico. Lo que evidencia el mayor porcentaje en el grado universitario.

**Gráfica No. 3
Nivel académico**



Fuente: Tabla No. 3, pregunta No. 3 del cuestionario o encuesta aplicada a usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

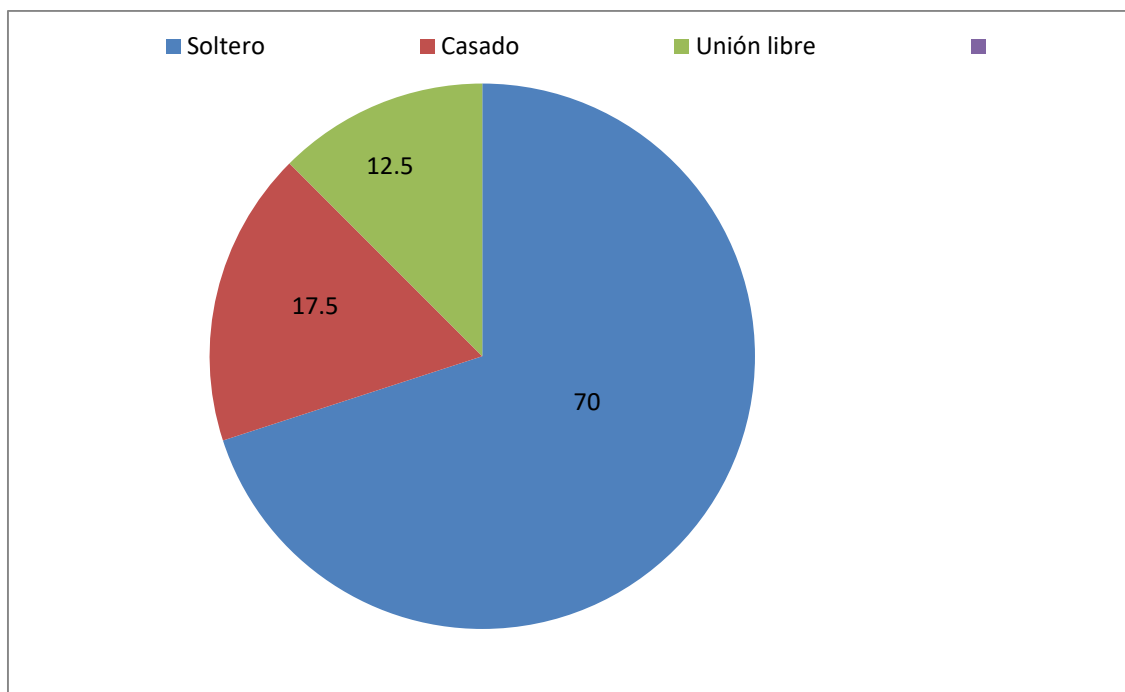
Tabla No. 4
Estado Civil

Opción	Frecuencia	%
Soltero	28	70
Casado	7	17.5
Unión libre	5	12.5
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.4 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **70%** de los encuestados corresponden al estado civil de soltero, **17.5%** al estado civil de casado el **12.5%** al estado civil de unión libre. Lo que evidencia el mayor porcentaje en los solteros.

Gráfica No. 4
Estado civil



Fuente: Tabla No. 4, pregunta No. 4 del cuestionario o encuesta aplicada a usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No. 5

Religión

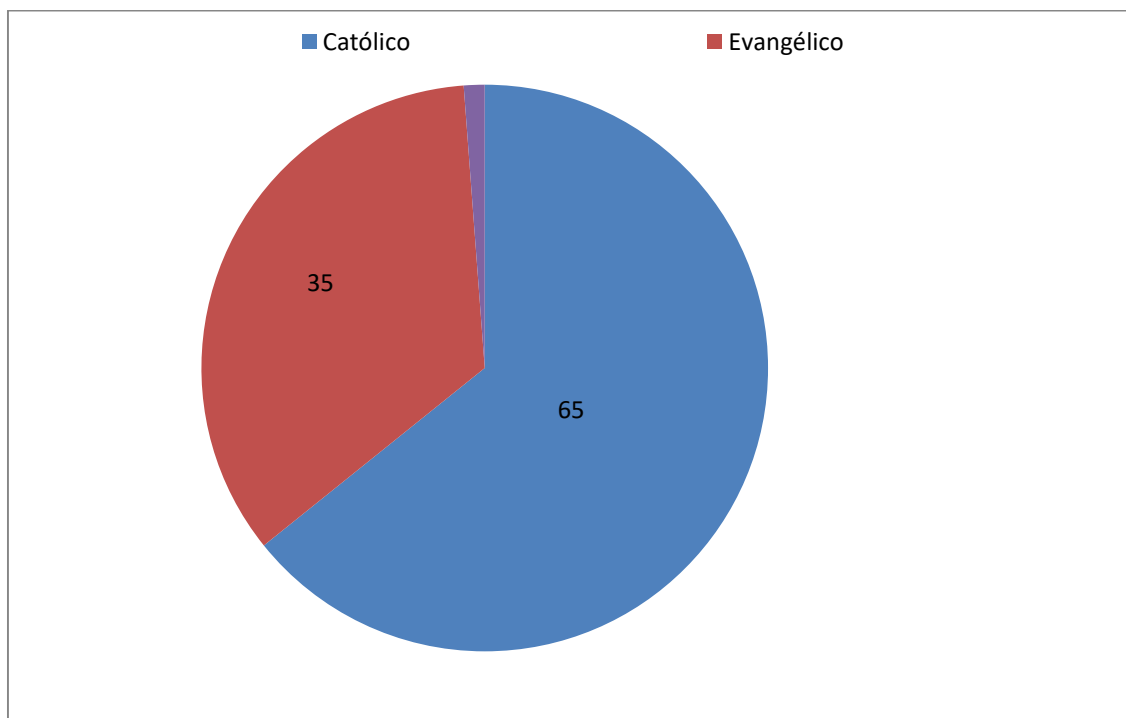
Opción	Frecuencia	%
Católico	26	65
Evangélico	14	35
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **65%** de los encuestados corresponden a la religión Católica, **35%** a la religión Lo que evidencia el mayor porcentaje en los de la religión católica.

Gráfica No. 5

Religión



Fuente: Tabla No. 5, pregunta No. 5 del cuestionario o encuesta aplicada a usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No. 6

Calificación de los servicios prestados por el Centro Educativo Sonrisa de Esperanza

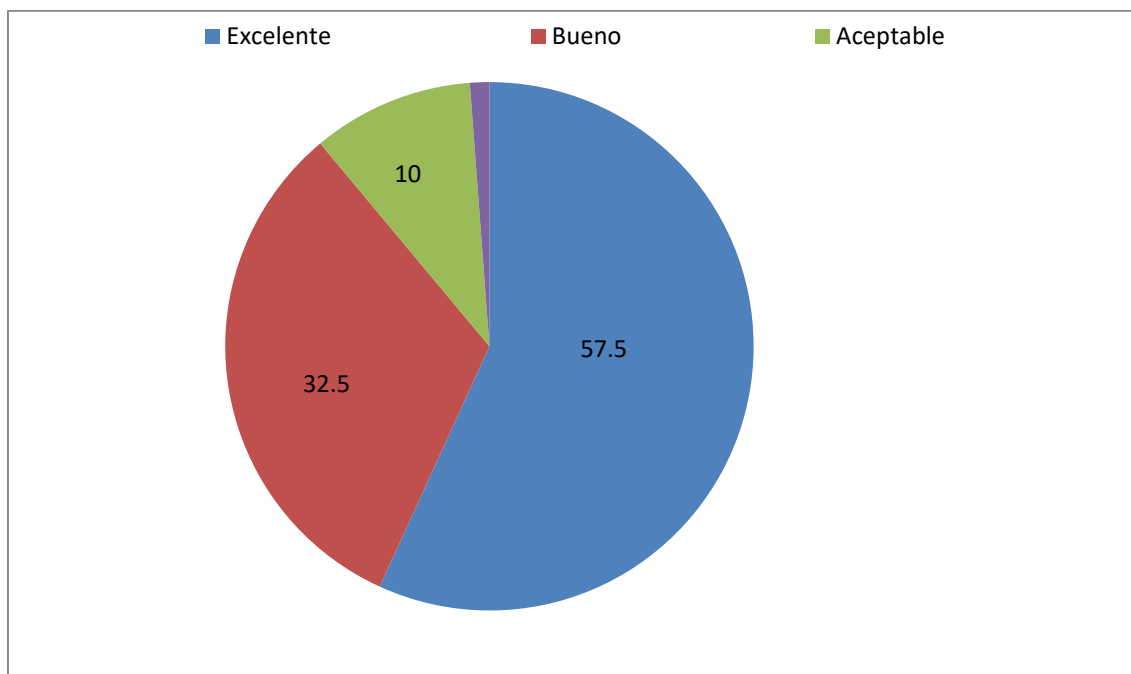
Opción	Frecuencia	%
Excelente	23	57.5
Bueno	13	32.5
Aceptable	4	10
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.6 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **57.5%** de los encuestados califican los servicios como Excelentes **32.5%** lo califican como bueno y el 10% los califica como regular .Lo que evidencia el mayor porcentaje como excelente.

Gráfica No. 6

Calificación de los servicios prestados



Fuente: Tabla No. 6, pregunta No. 6 del cuestionario o encuesta aplicada a usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No. 7

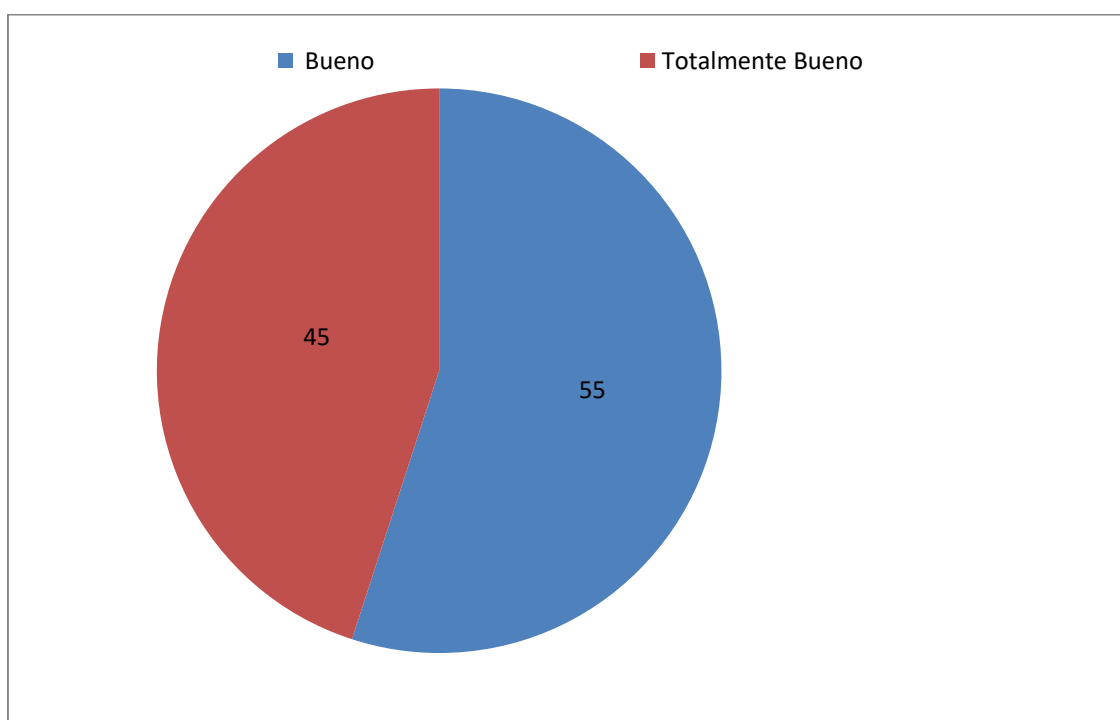
Como considera el nivel académico de los estudiantes del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza

Opción	Frecuencia	%
Bueno	22	55
Totalmente Bueno	18	45
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.5 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **55%** de los encuestados califican el nivel académico como bueno y **45%** lo califican como totalmente bueno. Lo que evidencia el mayor porcentaje de calificación como Bueno.

Gráfica No.7
Nivel académico de los estudiantes



Fuente: Tabla No. 7, pregunta No. 7 del cuestionario o encuesta aplicada a usuarios del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza.

Tabla No.8

Cómo califica el servicio al cliente de este centro educativo

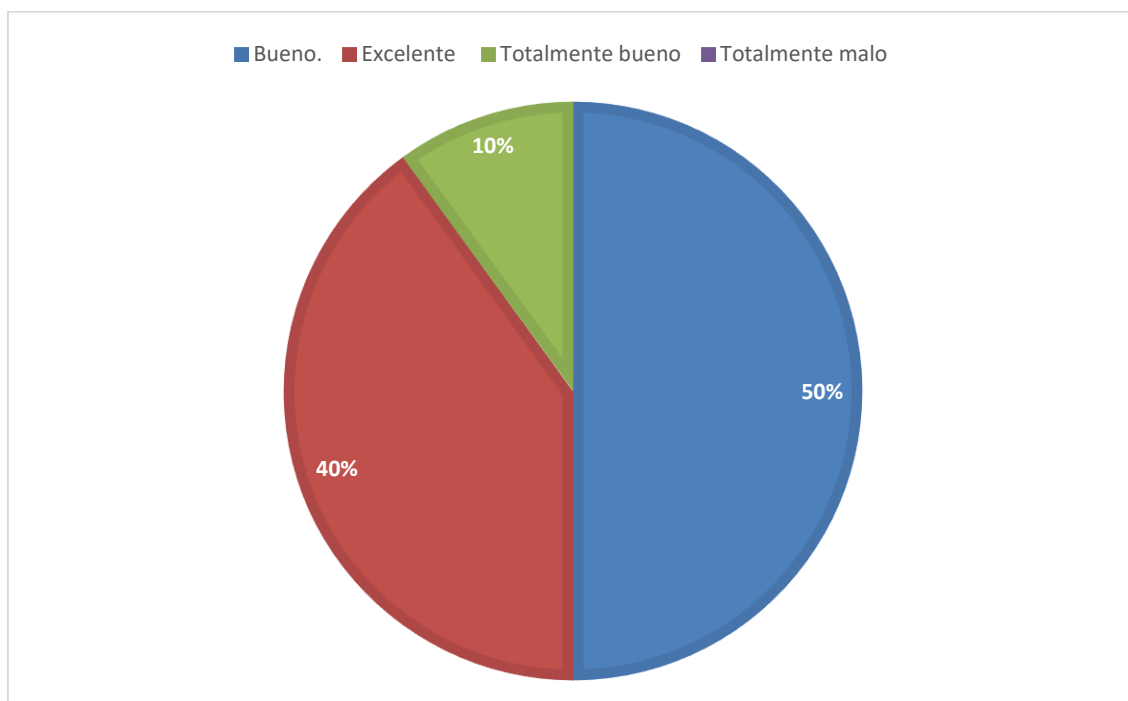
Opción	Frecuencia	%
Bueno	20	50
Excelente	16	40
Totalmente bueno	4	10
Totalmente malo	0	0
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.8 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **50%** de los encuestados considera que el servicio al cliente de este Centro Educativo es bueno, **40%** considera que el servicio al cliente de este Centro Educativo es excelente, el **10%** considera que el servicio al cliente de este Centro Educativo es totalmente bueno y el 0% considera que el servicio al cliente es totalmente malo. Lo que evidencia que el servicio al cliente es bueno para la mayoría de los usuarios.

Gráfica No. 8

Cómo califica el servicio al cliente de este centro educativo



Fuente: Tabla No.8, pregunta No.8 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

Tabla No.9

Recomendaría este Centro Educativo a otras personas

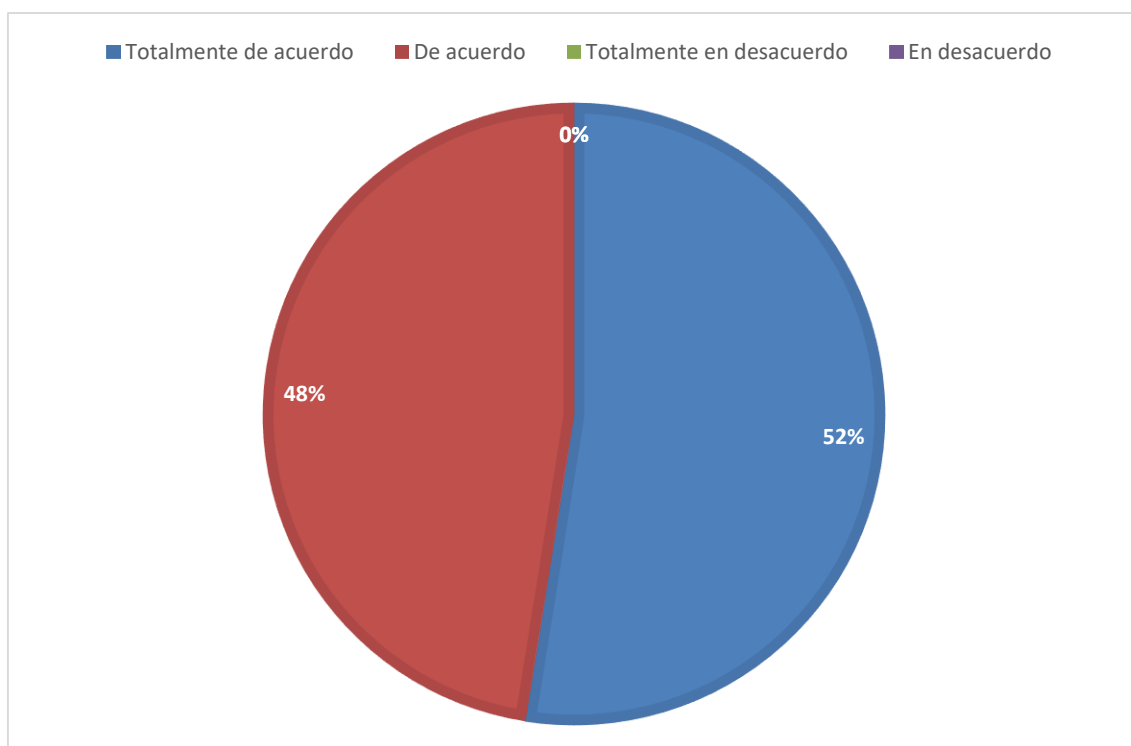
Opción	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	21	52.5
De acuerdo	19	47.5
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **52.5%** de los encuestados están totalmente de acuerdo y consideran que recomendarían este Centro Educativo a otras personas, **47.5%** están de acuerdo y consideran que recomendarían este Centro Educativo, el **0%** está totalmente en desacuerdo y considera que no recomendaría este Centro Educativo, el **0%** están en desacuerdo y consideran que no recomendaría este Centro Educativo. Lo que evidencia que la mayoría recomendaría este centro educativo.

Gráfica No. 9

Recomendaría este Centro Educativo a otras personas



Fuente: Tabla No.9, pregunta No.9 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No.10

¿Cuáles son las razones por la cual prefiere este Centro Educativo?

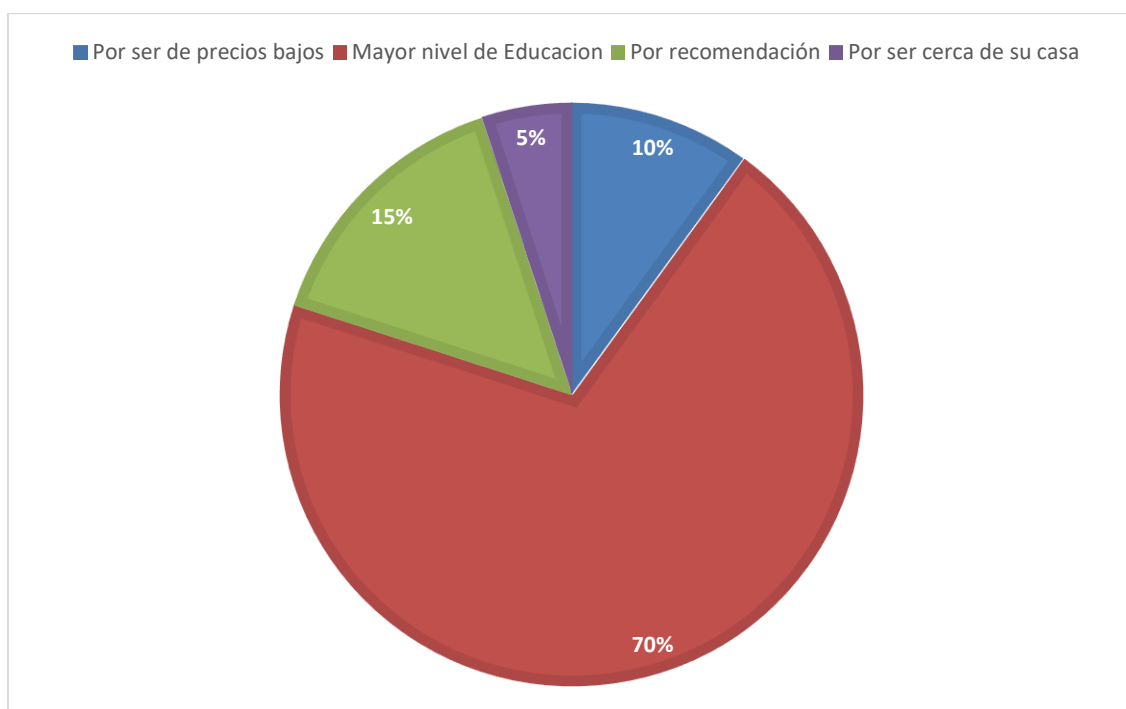
Opción	Frecuencia	%
Por ser de precios bajos	6	10
Mayor nivel Educativo	22	70
Por recomendación	9	15
Por ser cerca de su casa	3	5
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.10 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del Centro Educativo Sonrisa de Esperanza, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **10%** de los encuestados consideran que la razón por la cual prefieren este Centro Educativo es por ser de precio bajo, **70%** consideran que la razón por la cual prefieren este Centro Educativo es por mayor nivel Educativo, el **15%** consideran que la razón por la cual prefieren este Centro Educativo es por recomendación y el **5%** consideran que la razón por la cual prefieren este Centro Educativo es por ser cerca de su casa. Lo que evidencia que la mayoría prefiere este centro educativo por su mayor nivel educativo.

Gráfica No. 10

Razones por la que prefieres este centro educativo



Fuente: Tabla No.10, pregunta No.10 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No.11

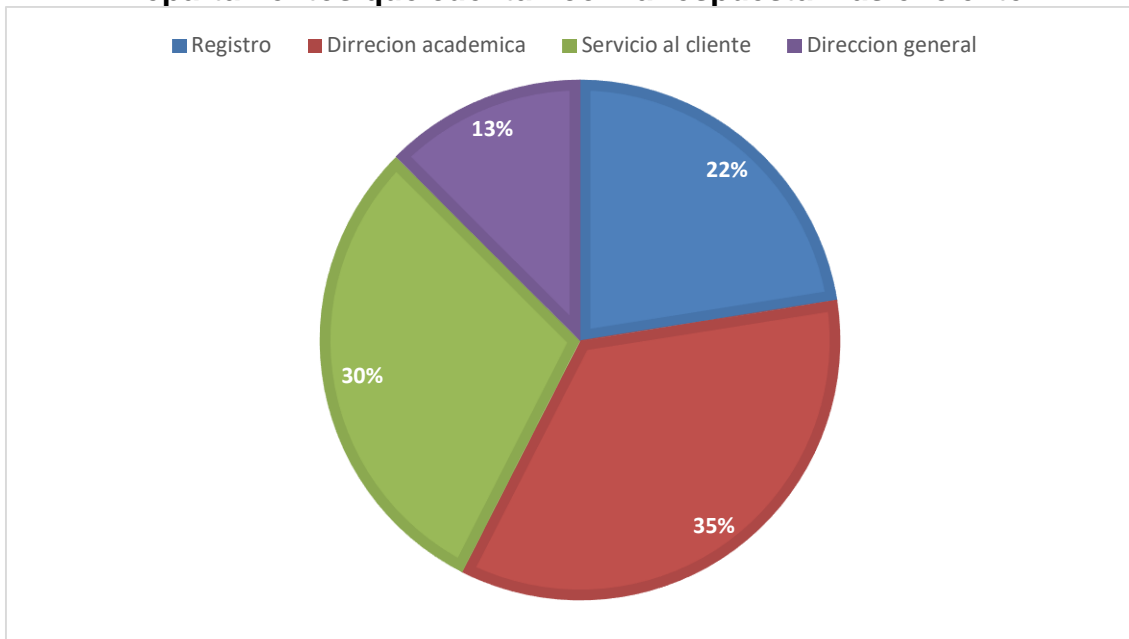
¿Cuál de los departamentos cuenta con la respuesta más eficiente al momento de solicitar los servicios?

Opción	Frecuencia	%
Registro	9	22.5
Dirección académica	14	35
Servicio al cliente	12	30
Dirección general	5	12
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.11 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **22.5%** de los encuestados consideran que el departamento que cuenta con la repuesta más eficiente al momento de solicitar los servicio es registro, **35%** consideran que el departamento que cuenta con la repuesta más eficiente al momento de solicitar los servicio es la dirección académica, el **30%** consideran que el departamento que cuenta con la repuesta más eficiente al momento de solicitar los servicio es servicio al cliente y el **13%** consideran que el departamento que cuenta con la repuesta más eficiente al momento de solicitar los servicio es la dirección general. Lo que evidencia que para los usuarios la dirección académica cuenta con la respuesta más eficiente.

Gráfica No. 11
Departamentos que cuentan con la respuesta más eficiente



Fuente: Tabla No.11, pregunta No.11 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No.12

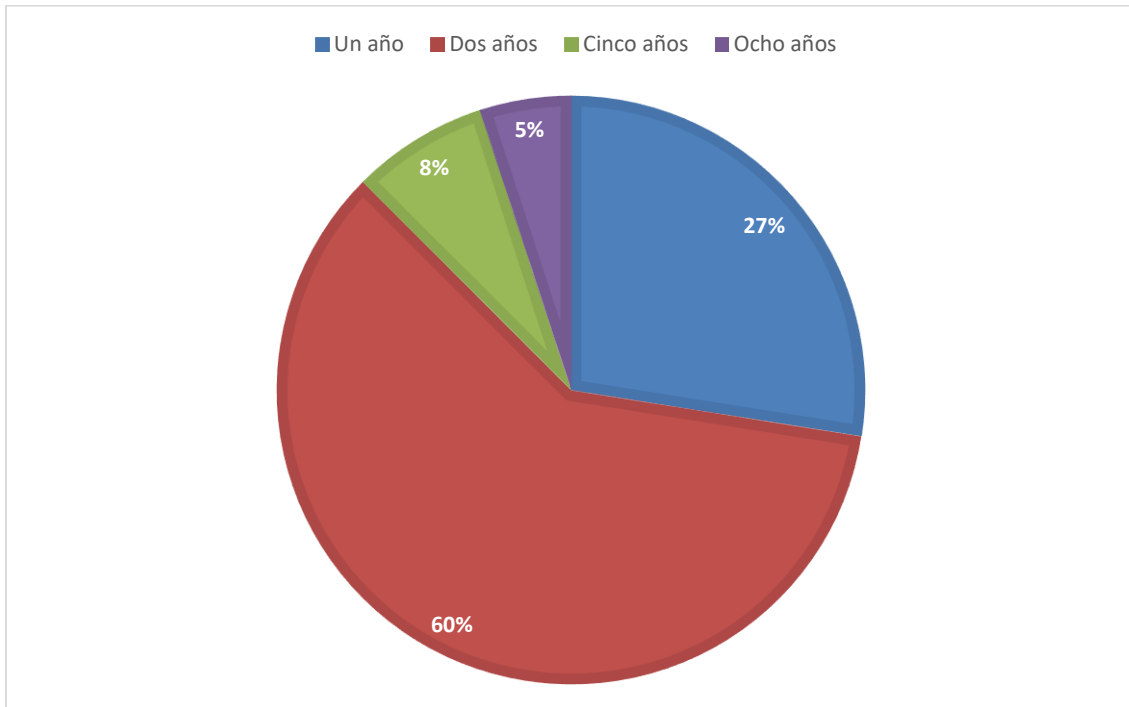
¿Cuánto años tiene utilizando los servicios de este Centro Educativo?

Opción	Frecuencia	%
Un año	11	27.5
Dos años	24	60
Cinco años	3	7.5
Ocho años	2	5
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **27.5%** de los encuestados consideran que tienen utilizando los servicio de este Centro Educativo hace un año, **60%** consideran que tienen utilizando los servicio de este Centro Educativo hacen dos años, el **7.5%** consideran que tienen utilizando los servicio de este Centro Educativo hacen cinco años y el **5%** consideran que tienen utilizando los servicio de este Centro Educativo hacen ocho años. Lo que evidencia que la mayoría de los usuarios utilizan los servicios hace 2 años.

Gráfica No. 12
Años utilizando los servicios del centro educativo



Fuente: Tabla No.12, pregunta No.12 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No.13

¿Cuál es el nivel de aceptación de Centro Educativo en la Comunidad?

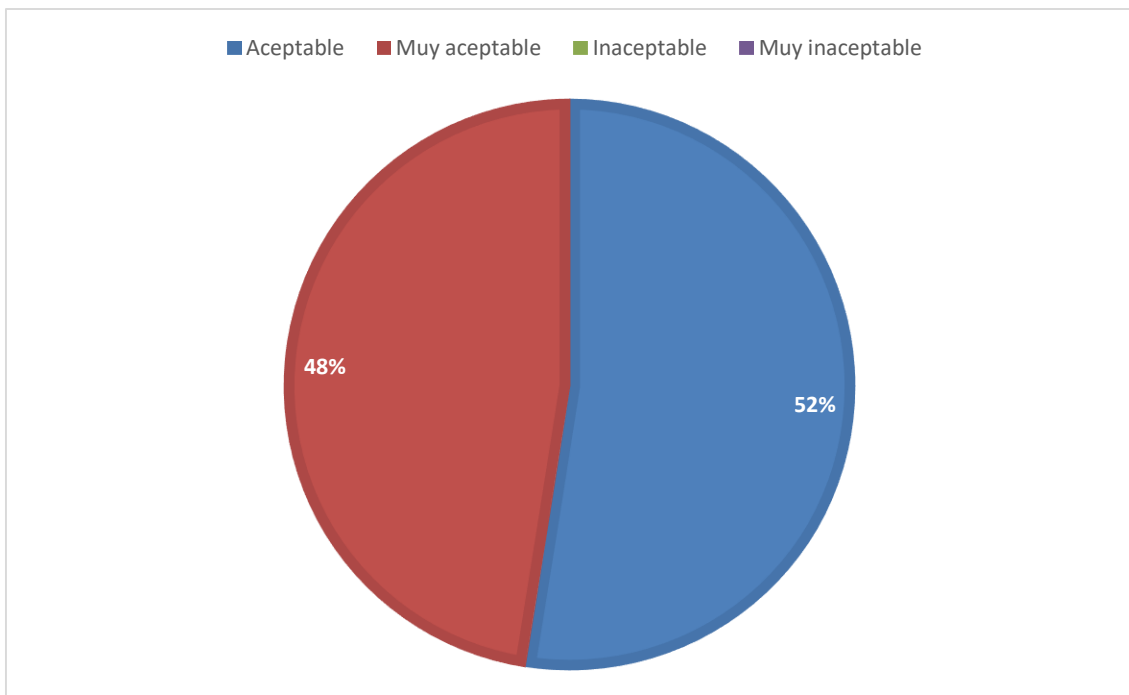
Opción	Frecuencia	%
Aceptable	11	52.5
Muy aceptable	24	47.5
Inaceptable	3	0
Muy inaceptable	2	0
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **52.5%** de los encuestados consideran que el nivel de aceptación de Centro Educativo en la Comunidad es aceptable, **47.5%** consideran que el nivel de aceptación de Centro Educativo en la Comunidad es muy aceptable, el **0%** consideran que el nivel de aceptación de Centro Educativo en la Comunidad es inaceptable y el **0%** consideran que el nivel de aceptación de Centro Educativo en la Comunidad es muy inaceptable. Lo que evidencia que el centro educativo es bien aceptable por la comunidad.

Gráfica No. 13

Aceptación del centro educativo en la comunidad



Fuente: Tabla No.13, pregunta No.13 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

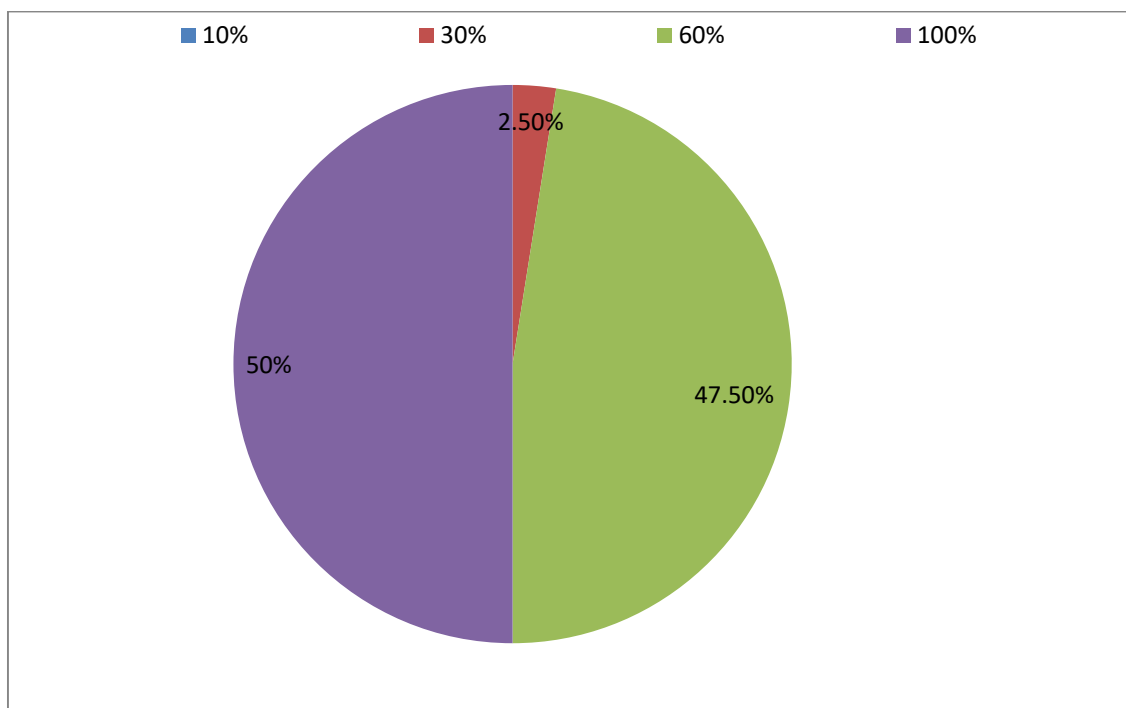
Tabla No. 14
En qué porcentaje está el centro educativo a nivel tecnológico.

Opción	Frecuencia	%
10%	0	0
30%	1	2.5
60%	19	47.5
100%	20	50
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **50%** de los encuestados considera que a nivel tecnológico tienen un 100%, el **47.5%** considera que a nivel tecnológico está en un 60% y un **2.5%** de los usuarios considera que el centro está en 30% a nivel tecnológico. Lo que evidencia que para los usuarios a nivel tecnológico el 50% considera que está a un 100%.

Gráfica No.14
En qué porcentaje está el centro educativo a nivel tecnológico



Fuente: Tabla No.14, pregunta No.14 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

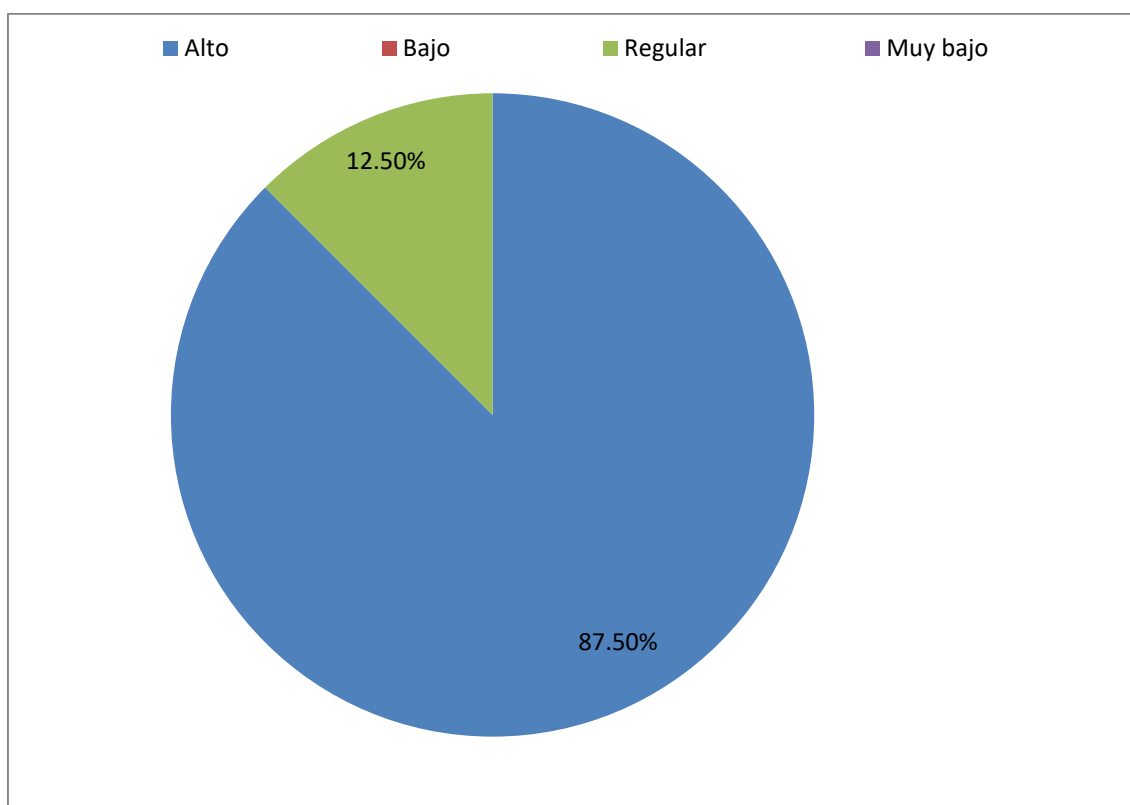
Tabla No.15
Nivel de aprendizaje en este centro

Opción	Frecuencia	%
Alto	35	87.5
Bajo	0	0
Regular	5	12.5
Muy bajo	0	0
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **87.5%** de los encuestados consideran que el nivel de aprendizaje es alto en el centro educativo, el **12.5%** considera que es regular. Lo que evidencia que para los usuarios el nivel de aprendizaje es alto.

Gráfica No.15
Nivel de aprendizaje en el centro



Fuente: Tabla No.15, pregunta No.15 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

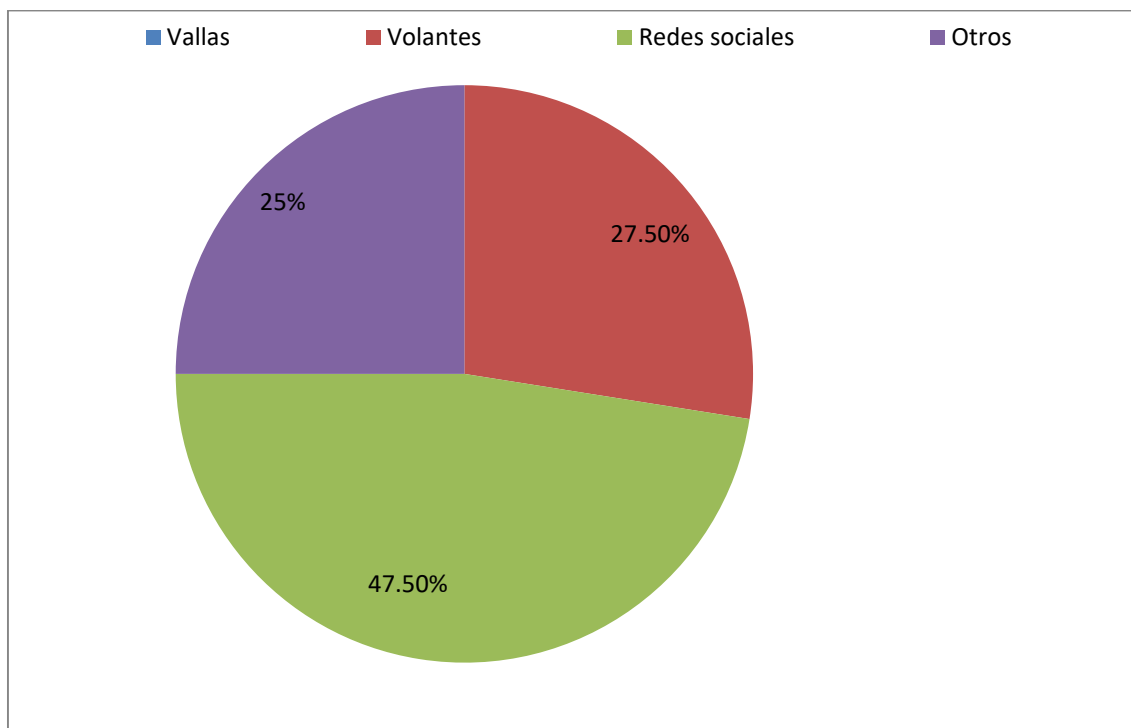
Tabla No.16
Tipos de publicidad

Opción	Frecuencia	%
Vallas	0	0
Volantes	11	27.5
Redes sociales	19	47.5
otros	10	25
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **47.5%** de los encuestados considera que el tipo de publicidad que conoce del centro educativo son las redes sociales, el **27.5%** considera que son los volantes, el **25%** considera que son otros tipos de publicidad. Lo que evidencia que el mayor porcentaje en publicidad son las redes sociales.

Gráfica No. 16
Tipos de publicidad



Fuente: Tabla No.16, pregunta No.16 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

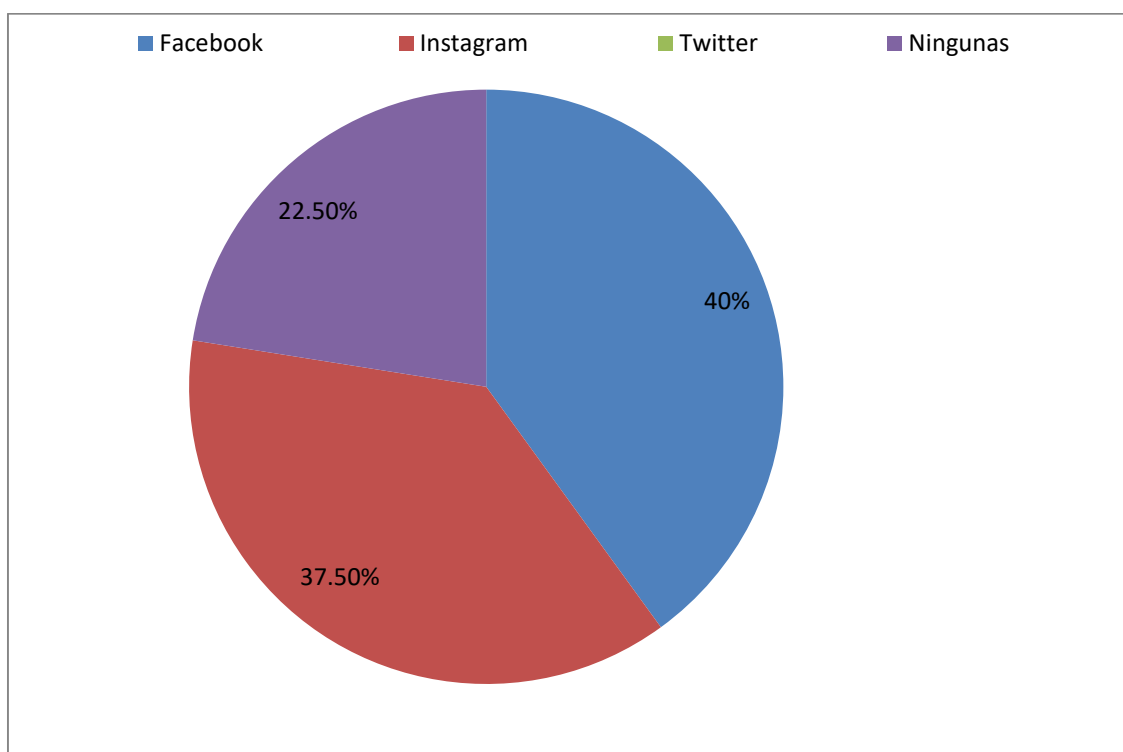
Tabla No.17
Cuales redes sociales conoce el usuario

Opción	Frecuencia	%
Facebook	16	40
Instagram	15	37.5
Twitter	0	0
Ningunas	9	22.5
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.17 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **40%** de los encuestados considera que conoce a Facebook, **37.5%** conoce a Instagram, el **22.5%** no conoce ningunas redes sociales. Lo que evidencia que el mayor porcentaje en las redes sociales la obtuvo la red social Facebook.

Gráfica No. 17
Cuales redes sociales conoce el usuario



Fuente: Tabla No.17, pregunta No.17 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

Tabla No.18

Debilidades en los servicios

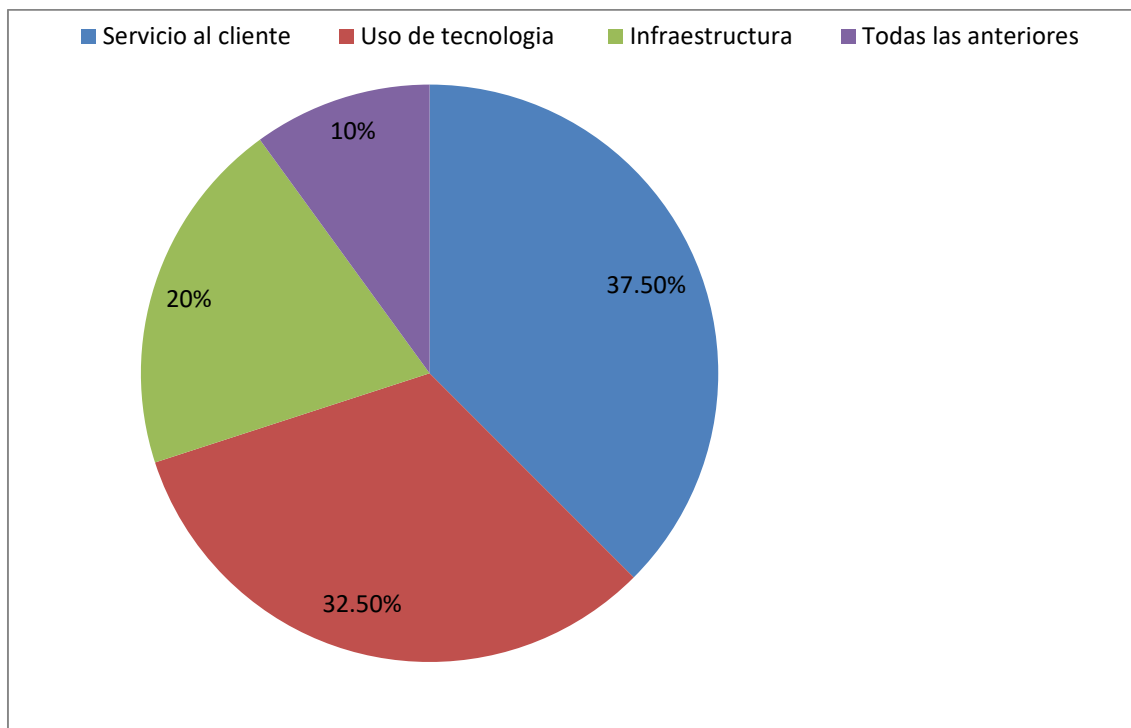
Opción	Frecuencia	%
Servicio al cliente	15	37.5
Uso de tecnología	13	32.5
Infraestructuras	8	20
Todas las anteriores	4	10
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.18 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **37.5%** de los encuestados determinaron que servicio al cliente tienen debilidades en el servicio, un **32.5%** determinaron que en el uso de tecnologías hay debilidades, un **20%** determinaron que hay debilidades en las infraestructuras y un **10%** determinaron que hay debilidades en el servicio en todas las antes mencionadas. Lo que evidencia el mayor porcentaje lo tiene servicio al cliente.

Gráfica No.18

Debilidades en los servicios



Fuente: Tabla No.18, pregunta No.18 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

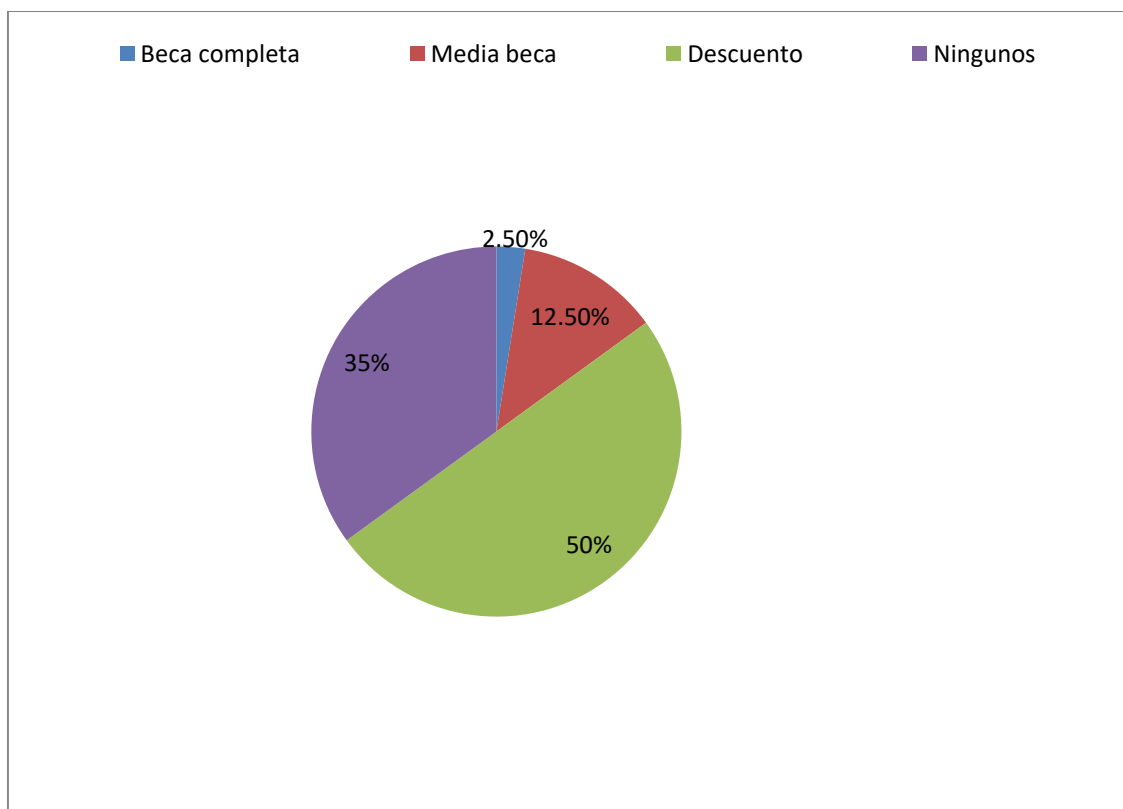
Tabla No.19
Beneficios recibidos por el centro educativo

Opción	Frecuencia	%
Beca completa	1	2.5
Media beca	5	12.5
Descuento	20	50
ningunos	14	35
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **50%** de los encuestados determinaron que han recibido descuento, un **35%** no han recibido nada, un **12.5%** han recibido media beca y un **2.5%** han recibido becas completa. Lo que evidencia el mayor porcentaje lo tiene los descuentos a los usuarios.

Gráfica No.19
Beneficios recibidos por el centro educativo



Fuente: Tabla No.19, pregunta No.19 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

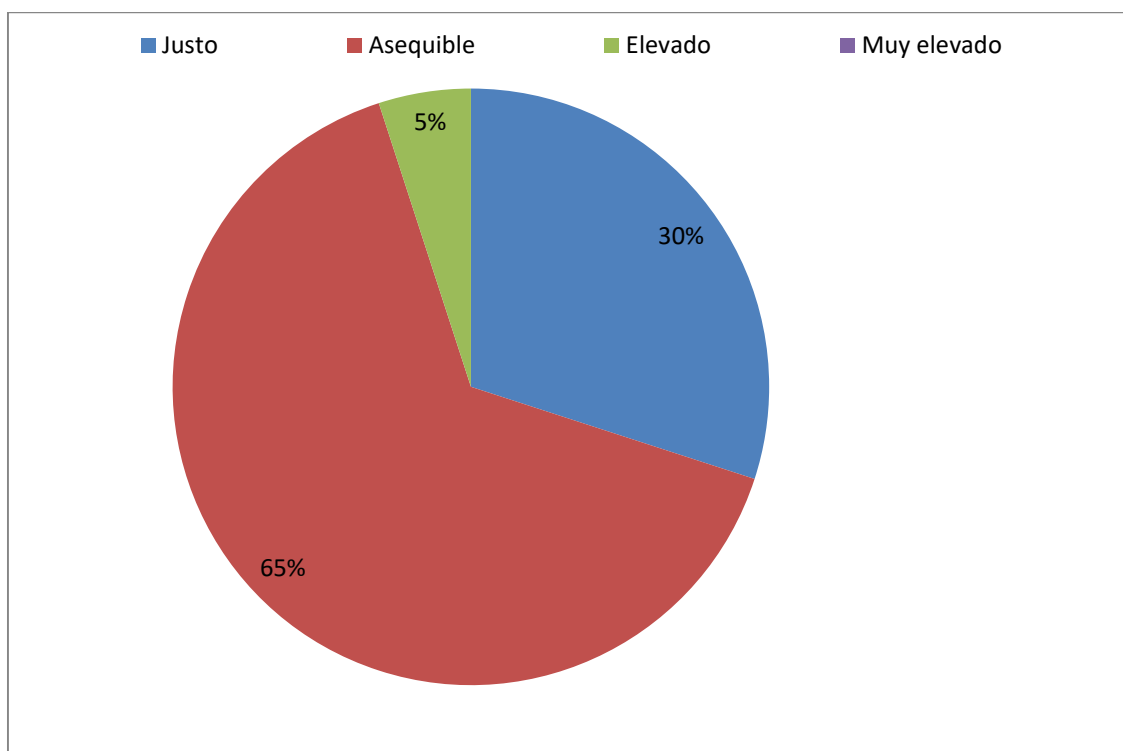
Tabla No.20
Considera que el precio de la mensualidad es justo

Opción	Frecuencia	%
Justo	12	30
Asequible	26	65
Elevado	2	5
Muy elevado	0	0
Total	40	100

Fuente: Pregunta No.20 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**.

De acuerdo con la encuesta aplicada a varios usuarios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los diferentes tipos de usuarios. El **65%** de los encuestados determinaron que el precio de la mensualidad es asequible, un **30%** considera que el precio justo y un **5%** consideran que el precio es elevado. Lo que evidencia el mayor porcentaje evidencia que el precio de la mensualidad es asequible para los usuarios.

Gráfica No.20
Considera que el precio de la mensualidad es justo



Fuente: Tabla No.20, pregunta No.20 del cuestionario o encuesta aplicada a los usuarios de los servicios del **Centro Educativo Sonrisa de Esperanza**

**SECCIÓN IV: FACTORES MERCADOLÓGICOS CRÍTICOS EN
EMPRESAS DE SERVICIOS**

4.1 Análisis de la competencia.

Fortalezas:

- Buen uso de las nuevas tecnologías
- Buen Marketing (anuncios con influencer, en la radio, periódicos, etc.)
- La calidad de los servicios ofrecidos (maestros con estudios de mejores universidades tanto nacional como internacional).
- Buena Organización (mejor estructura, aulas más grandes, con aire acondicionado).
- Buena imagen corporativa (Mejor estructurada y más representación en los uniformes y en las aéreas sociales a nivel empresarial, correos institucionales).

Debilidades:

- Falta de liderazgo en algunas de las empresas en competencia.
- Fallos en la elección de las personas que formarán parte de su equipo.
- Mal servicio al usuario.
- Altos precios en las mensualidades, ya que los estudiantes del sector son de clase baja.
- La ubicación del centro educativo, requiere de pago de transporte para acudir al mismo.

4.2 Análisis de los consumidores.

- Ofertas educativas amplias (idiomas, cursos técnicos etc.)
- Disminución de los costos de los servicios ofrecidos.
- Solicitan nuevas tecnologías avanzadas para la formación de sus hijos.
- Solicitan carreras técnicas para los estudiantes del bachillerato.
- Requieren más taller de formación.

4.3 Análisis de la oferta de servicios.

- **Respuestas más efectivas.** A la hora de solicitar una información en el centro educativo, que sea una información que llene nuestras expectativas.

- **Mejores precios en servicios.** Mejores precios cuando se realiza la solicitud de un servicio del centro ya sea un record de notas u otros servicios que el centro educativo proporciona a sus clientes.
- **Educación tecnológica.** Que nuestros hijos tengan una educación adaptadas a los nuevos tiempos con los equipos tecnológicos y el personal con las competencias para ayudar a desarrollar a nuestros hijos a nivel técnico.
- **Cumplir con los descuentos acordados.** Una de nuestra expectativa es que el centro cumpla con lo acordado, con realizar el 10% de descuento en la mensualidad cuando el usuario realiza el pago anticipado de los primeros 6 meses.
- **Una atención al cliente de calidad.** Deseamos un servicio al cliente que sea más empático con los usuarios y con la información a la mano.
- **Una educación acorde a los tiempos.** Que nuestros hijos reciban una educación adaptadas a los nuevos tiempos con aulas digitalizadas y con equipos tecnológicos adaptados a esta era de la tecnología con maestros preparados.
- **Un personal con las competencias para el departamento asignado.** Que a la hora de ir a un departamento que el personal esté capacitado en esa área para así hacer más fácil a la hora de solicitar la información de un servicio.
- **Un área más acogedora para los padres.** Una sala de espera más cómoda para que los usuarios a la hora de solicitar un servicio tengan unos espacios más dignos para realizar la espera en el centro educativo.
- **Una educación de calidad.** Que al culminar los estudios nuestros hijos hallan recibido una educación de calidad y adaptadas a los tiempos.
- **Una mejor seguridad en el plantel educativo.** Mejorar la seguridad del centro educativo ya que nuestros hijos pasan el mayor tiempo dentro del plantel educativo, implementar detectores de metales a la entrada y salida del centro para así tratar de que nuestros hijos sean víctimas de agresiones con algún tipo de armas.

4.4 Segmentación demográfica.

Edad:

Nivel Académico

- Colegiatura grado inicial rango de edad: entre 3 a 5 años

Porcentaje de estudiantes; 15%

- Colegiatura primer ciclo: rango entre 6 años a 10

Porcentaje: 25%

- Colegiatura grado 1 ciclo secundaria: 10 a 14

Porcentaje de estudiantes corresponde a un 45 %

- Colegiatura grado 2do ciclo de secundaria 14 a 18 años
Porcentaje de estudiantes de este rango de edad corresponde al 15%

Por lo que se califican como el mayor rango de estudiantes predominante del rango de edad entre 10 a 14 años.

Género:

Nivel socio económico:

- Clase media: 35%
- De escasos recursos: 65%

Por lo que se puede determinar que predomina entre los usuarios de estos servicios los estudiantes de escasos recursos.

Núcleo familiar:

- De padres solteros: 70%
- Padres casados: 17.5%
- Padres en unión libre: 12.5%

Por lo que se determina que los usuarios de estos servicios con mayor porcentaje corresponden a un núcleo familiar de padres que viven separados.

4.5 Segmentación geográfica.

Zona o lugar de residencia: los estudiantes del colegio sonrisa de Esperanza corresponden a los siguientes sectores:

- Sector Los molinos para un 45%
- Sector Los Frailes II un 25%
- Charles de Gaulle 5%
- Avenida hipódromo un 15%

Por lo que se puede determinar que los usuarios más recurrentes de los servicios corresponden al sector de los molinos ubicado en la misma zona donde está ubicado el colegio.

4.6 Segmentación psicográfica.

Los usuarios del centro educativo desde el punto de vista psicográfico, que no es más que determinar cuáles son los gustos y las tendencias de los usuarios, su preferencia y sus costumbres, porque esos usuarios les gusta nuestro servicio como centro educativo.

Intereses

El interés que tienen los usuarios del centro es recibir una educación de calidad y una garantía de que sus hijos estén en un lugar seguro, con los profesionales idóneos para el desarrollo de sus hijos en el proceso educativo.

Motivación

A los usuarios lo motivan los resultados percibidos a partir de que sus dependientes ingresan a este centro educativo, la dedicación de los maestros para formarlos académicamente, principios morales y éticos.

Necesidades

La necesidad que tienen los usuarios del centro educativo es que sus hijos se formen en la educación general con maestros altamente capacitados que los desarrollen para ingresar a cualquier universidad con un nivel educativo alto.

Actitudes

La actitud de los usuarios tomando en cuenta de que son personas de clase media y media baja es una actitud favorable ya que tenemos planes para que madres solteras que trabajan puedan llevar sus hijos a tempranas horas de la mañana y no tener que pagar para cuidar a sus hijos y continuar con sus horas laborables normales.

4.7 Segmentación comportamental.

Según el comportamiento de los usuarios del Centro Educativo sonrisa de Esperanza y el punto de vista comportamental, los usuarios valoran muy bien el servicio al cliente presencial, ya que de acuerdo con fuentes directas de la organización, la mayoría de los usuarios determinaron que los servicios prestados por el centro educativo es excelente con un 57.5% de los usuarios a favor de la misma, un 50% considera que el servicio al cliente es bueno, el 70% de los usuarios recomienda al centro por su mayor nivel educativo en la zona, los usuarios consideran que la dirección académica es el departamento mejor valorado a la hora de solicitar un servicio en el centro educativo.

Los usuarios del centro educativo a la hora de realizar cualquier tipo de solicitud prefieren la modalidad presencial que a través de servicios telefónicos porque consideran que trabajan más rápido.

4.8 Estrategias utilizadas por la empresa en el uso de redes sociales, whatsapp, página web y tecnología interna.

El Centro Educativo Sonrisa de Esperanza

Cuenta con las siguientes redes sociales:

Instagram: con 331 seguidores

Facebook: con 1,184 seguidores

Email: utilizan correo electrónico para enviar y recibir informaciones de los clientes.

Google maps: como colegio sonrisa de esperanza, donde presentan la ubicación.

Waze: como colegio sonrisa de esperanza, donde presentan la ubicación.

Guía telefónica: 1411 donde aparece con su nombre y teléfono y dirección.

Página Web: No tienen aun

Whatsapp: Tienen, pero el regular no el que utiliza las empresas.

En este reporte podemos notar que el Centro carece de actualización en las Redes sociales y sistemas de mensajería para contactar los clientes de manera más rápida y eficaz.

Tienen creadas las plataformas digitales pero en las mismas no se aprecia un seguimiento contaste de publicaciones y videos que pueden dar a conocer más esta entidad educativa fuera de la zona donde se encuentra ubicado y adquirir futuros clientes potenciales.

En la actualidad el centro educativo sonrisa de esperanza cuenta con dispensadores de turnos manuales para la organización de los usuarios que van a servicio al cliente a realizar cualquier tipo de solicitud del centro educativo.

El centro educativo sonrisa de esperanza utiliza equipos convencionales para los procesos que los usuarios van a solicitar, utiliza **impresoras de inyección monocromas**, que es un tipo de impresora que imprime a blanco y negro cantidades de hojas, son rápidas, silenciosas y con un estándar de calidad alto. **Impresora multifuncional HP**, utilizada para documentos que requieran tinta a color, esta es un tipo de impresora, que realiza varias funciones como: escáner, fotocopidora, fax, conectividad a varios equipos, para ayudar a agilizar los procesos de la dirección.

4.9 Aspectos mercadológicos que le gustaría mejorar a la empresa en su gestión comercial.

Nos interesaría desarrollar las siguientes mejoras en el servicio con la utilización de los siguientes equipos tecnológicos para agilizar los procesos.

Impresora EPSON ECO TANK ET 2760

Sus especificaciones son fáciles de configurar y usar. Con funcionalidades como WI-FI, dúplex automática y con un alimentador automático de documentos que, la empresa se vuelve más productiva. Y con una nueva aplicación EPSON SMART y un panel que puedes configurar y acceder a las funciones clave de la empresa desde su dispositivo Móvil.

La versatilidad de ECO TANK es evidente. Independientemente da para que la empresa necesite, sus diversas posibilidades y le da la solución a la empresa.

Reduce el esfuerzo y que aumenta la productividad en la empresa con ECO TANK que es desarrollada para hacer las ideas más fáciles.

El sistema automatizado de turno online.

Los clientes podrán usar sus turnos online si moverse de su casa, reduciendo la circulación de clientes en la empresa.

El sistema automatizado de turno de nuestra App es con una plantilla LCD que muestra los turnos llamando de manera clara y rápida a sus clientes y con un dispensador de turno electrónico.

El servicio por cita web le permite a la empresa que los clientes tengan un mejor servicio mediante un canal virtual (link en una página web de empresa o call center telefónico) que los clientes puedan ser atendidos en un canal presencial, con un proceso simple y que le asegure su atención en forma programada.

Tácticas promocionales publican de manera regular ofertas de trabajo en plataformas dirigidas especialmente a empresas sobre presentadas.

Los tipos de tecnología que se pueden usar en la empresa.

Plataforma educativa

Software académico

Aula virtual

Software de gestión administrativa

Programa de gestión de equipos y trabajo remoto

Software de gestión de cobra.

CONCLUSIÓN

En esta investigación hemos abordados varios ítems de suma importancia para la empresas de servicios dominicanas, a lo largo de nuestra investigación pudimos comprender cuales son las funciones de una empresa de servicio, definición, tipos de empresas que se engloban en este reglón, las herramientas utilizadas para realizar encuestas de medición del servicio.

En este informe hemos aprendido a realizar paso a paso los requerimientos que se necesitan para conseguir informaciones relevantes que puedan facilitar los detalles para realizar un plan de acción para medir la satisfacción de los clientes de una empresa de servicios. Mediante cuestionarios de medición en la herramienta de Google Form realizamos un cuestionario de 20 preguntas las cuales podrán apreciar en los anexos de este informe, gráficas y tabulaciones obtenidas por el cliente que utiliza los servicios.

En el trayecto del desarrollo de este primer módulo hemos obtenido las herramientas necesarias para implementar lo adquirido para mejorar el servicio en el mercado de las empresas.

Presentada alternativa positivas para la evolución de las empresas de diferentes ramas que ofrecen los principales servicios básicos para nosotros como ciudadanos.

En esta segunda actividad del módulo II pudimos identificar las características de los usuarios a nivel demográfico tales como: edad, genero, nivel académico, nivel socioeconómico, estado civil o núcleo familiar, en el mismo desarrollamos las características de los usuarios desde el punto de vista geográfico tanto la zona, sector que es los frailes, la provincia de Santo Domingo Este.

A su vez desarrollamos las características de los usuarios a nivel psicográfico, el comportamiento de los usuarios sus necesidades, interés, motivación y

actitudes, así como las características de los usuarios a nivel comportamental aspectos que más valoran los usuarios y la modalidad de su preferencia.

En conclusión, el Colegio Sonrisa de Esperanza desarrollaría la experiencia en el servicio al cliente monitorizando las interacciones de los precios con los clientes que están comentando sobre el precio y sobre las ofertas de servicio para tener una modalidad de asistencia con el cliente en las redes sociales el cliente se encontrara con una buena organización promocionales.

Existe software educativo que la empresa identifica de manera temprano con el riesgo de resección esto es con el fin de prestar soporte a la empresa.

En esta asignación presentamos los tipos de tecnologías que utiliza este centro educativo para hacer más placentera la visita de los usuarios para solicitar un servicio de la empresa.

BIBLIOGRAFIAS O WEBGRAFIAS CONSULTADAS

<https://www.arssenasa.gob.do/index.php/quienes-somos/historia/>

<https://www.altice.com.do/negocios>

<https://www.1411.com.do/transporte/automoviles-repuestos/lula-auto-repuestos-s-a-33022.html>

<http://www.cog.com.do/historia.aspx>

https://www.instagram.com/lubricantes_guzman/

Aplicación utilizada para la encuesta: googleforms

<https://www.googleforms.com/>

ANEXOS

Perfil de los colaboradores del proyecto



Sra. Johanna Cuevas

Teléfono: 849-852-4410

Correo: 134297@p.uapa.edu.do

Estudiante de termino **Licenciatura en Mercadeo**

Trabajadora independiente



Yessica Silverio

Lic. en mercadeo

Teléfono: 829-531-1707

Correo: es 136966@p.uapa.edu.do

Estudiante de término, Licenciatura en mercadeo.



Sony Báez Brito

Lic. en Mercadeo

En la actualidad me desempeño como miembro de la policía nacional, soy una persona de buenos principios morales, colaborativo y de buena adaptación a los cambios.

Teléfono: 849-919-4471

correo:

146156@p.uapa.edu.do

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS

UAPA

ESCUELA DE NEGOCIOS

CARRERA DE MERCADEO

¡Un cordial saludo! Solicitamos de su colaboración en esta encuesta, para determinar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios del CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA con los servicios brindado a sus clientes. **Instrucciones: a continuación se le facilitara un cuestionario de selección el cual elegirá una de las opciones que usted considere (a, b, c, d). Esta encuesta tiene un nivel de confidencialidad que el mismo no requiere datos o documentos personales de los encuestados.**

Perfil del encuestado

1. Género:

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) No especificar

2. Edad:

- a) Menos de 18
- b) De 19 a 30
- c) De 31 a 40
- d) De 41 a 50

3. Nivel académico:

- a) Nivel básico
- b) Nivel secundario
- c) Nivel universitario
- d) Ningunas de la anteriores

4. Estado civil:

- a) Soltero
- b) Casado
- c) Unión libre
- d) Divorciado

5. Religión a la que pertenece:

- a) Católica
- b) Evangélica
- c) Adventista
- d) Testigo de Jehová

Preguntas temáticas

6. ¿Cómo califica los servicios prestados por el CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA?

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Aceptable
- d) Regular

7. ¿Cómo consideras el nivel académico de los estudiantes de este colegio?

- a) Bueno
- b) Totalmente bueno
- c) Totalmente Malo
- d) Intermedio

8. ¿Cómo es el nivel de atención al cliente?

- a) Bueno
- b) Excelente
- c) Totalmente bueno
- d) Totalmente malo

9. ¿Recomendarías este centro educativo a otras personas?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Totalmente en desacuerdo
- d) En desacuerdo

10. ¿Cuáles son las razones por el cual elige este centro educativo?

- a) Por más económico
- b) Por mejor nivel educativo
- c) Por recomendación
- d) Por más cercanía

11. ¿Cuál departamento da las respuestas idóneas a la hora de una información?

- a) Registro
- b) Dirección académica
- c) Servicio al cliente
- d) Dirección general

12. ¿Cuántos años tienes utilizando los servicios de este centro educativo?

- a) Un año
- b) Dos años
- c) Cinco años
- d) Ocho años

13. ¿Cuál es el nivel de aceptación del CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA en la comunidad?

- a) Aceptable
- b) Muy aceptable
- c) inaceptable
- d) Muy inaceptable

14. ¿A nivel tecnológico que promedio le darías a este centro educativo?

- a) 10%
- b) 30%
- c) 60%
- d) 100%

15. ¿Considera usted que los precios de los servicios educativos son?

- a) Altos
- b) Bajos
- c) promedio
- d) muy bajos

16. ¿Qué tipo de promoción o publicidad conoces del centro educativo?

- a) Vallas
- b) Brochure
- c) Redes sociales
- d) Otros

17. ¿Qué redes sociales conoce usted de este centro educativo?

- a) Facebook

- b) Instagram
- c) Twiter
- d) Otras

18. ¿Cuáles son las principales debilidades en los servicios que posee?

- a) Servicio al cliente
- b) Uso de tecnologías
- c) Infraestructuras
- d) Todas las anteriores

19. ¿Qué beneficios haz recibido del centro educativo?

- a) Beca completa
- b) Media beca
- c) Descuentos
- d) Ninguno

20. ¿Consideras que el precio de la mensualidad es justo?

- a) Justo
- b) Asequible
- c) Elevado
- d) Muy elevado

Capturas del plan de marketing



Análisis de los Competidores

El Centro Educativo Sonrisa de Esperanza, cuenta en la actualidad con tres grandes competidores en la comunidad de los frailes, Colegio Buscando mi Esperanza, Colegio Profesor Peguero y Colegio Fray Antón de Montesino, todos pertenecientes a la provincia de Santo Domingo Este. Dentro de sus principales fortalezas que tienen estos colegios son los siguientes:

Fortalezas: buen uso de las nuevas tecnologías, buen Marketing (anuncios con influencer, en la radio, periódicos, etc.), la calidad de los servicios ofrecidos (maestros con estudios de mejores universidades tanto nacional como internacional), buena organización, buena imagen corporativa. Debilidades: falta de liderazgo en algunas de las empresas en competencia, fallos en la elección de las personas que formarán parte de su equipo, mal servicio al usuario, altos precios en las mensualidades y la ubicación del centro educativo requiere de pago de transporte para acudir al mismo.



Descripción del Mercado Meta

Descripción comercial

Centro Educativo Sonrisa de Esperanza cuenta con registro nacional de contribuyente No. 130-56098-6, está ubicado en la Avenida Las Américas km 13 sector los molinos, actividad comercial: centro de estudios primaria, tienen por finalidad y objetivo primordial brindar servicios educativos y académicos tanto a la población estudiantil como al profesorado del área. Cuenta con los siguientes servicios educativos: educación inicial, educación grado primaria, educación grado 2 ciclo, educación grado 1 ciclo secundaria y educación grado 2 ciclo secundaria.

Objetivo general comercial

Diseñar estrategias para establecernos como líder en la enseñanza en competencia en la comunidad de los frailes y zonas aledañas brindando a estas comunidades un servicio de alta calidad, formando personas íntegras con amor a Dios y que participen como ciudadanos ejemplares en el seno del hogar.

El Centro Educativo Sonrisa de Esperanza promueve los valores que fomentan el respeto de los derechos humanos, el diálogo y las relaciones de convivencia necesarias para la construcción de una sociedad democrática. Ayudar a los alumnos a desarrollar estrategias de autoevaluación, exigencia en el trabajo y valoración del trabajo bien hecho.



Objetivo específico orientado a la mejora de la oferta de servicios de esta empresa.

Ofrecer en el Centro Educativo Sonrisa de Esperanza una mejora con el objetivo de posicionar sus servicios en el mercado a nivel municipal, llegar a más familias de la zona de Santo Domingo Este para poder tener más estudiantes en el centro Educativo. Así lograr ser uno de los principales centro educativo de las zonas aledañas.

Objetivo enfocado en el precio

Implementar un programa de mejoras de precios enfocados en mantener un precio competitivo que ayude a los usuarios a mantener sus hijos en nuestro centro educativo, aplicando descuentos a padres y madres solteras que trabajan informal o ganan sueldo mínimo, ya que el sector donde operamos es de clase baja y tiene un índice grande de desempleo.

Aplicar acuerdos de pago para los padres que justifiquen sus atrasos sin cobrarles pagos por moras, para así garantizarles que sus hijos permanezcan en el plantel escolar. Nuestro centro educativo está comprometido con el avance educativo del sector.



PLAN DE MARKETING CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA

PLAN PUBLICITARIO 2023

Actividad	Costo RD\$	Observación
Mención radial en las siguientes estaciones de radio: Mortal 104.9 FM, Independencia 93.3 FM.	RD\$5,600.00	Se recomienda mención radial en la emisora de Telemicro las cuales tienen un costo desde 200 pesos hasta 5,000 por semana dependiendo de la duración de los anuncios se le recomiendan 2 anuncios a la semana de corta duración por dos meses en el año de aproximadamente 15 segundos costos de 350.00 por mención para un aproximado de
Mención televisiva en los siguientes programas:	RD\$00,000.00	
Anuncio o comercial radial en las siguientes emisoras: Mortal 104.9 FM, Independencia 93.3 FM.	RD\$12,000.00	Se recomienda realizar 2 comerciales radiales por meses publicitario en las emisoras de radio más acordes a al servicio que ofrece como Radio 95.3 FM Radio Educativa Dominicana, dos veces al año para dar a conocer el centro educativo. Estos pueden ser presentados por hasta 30 segundos.
Anuncio o comercial televisivo en los canales: 5, 15 de Telemicro y 9 de color visión.	RD\$10,000.00	Se recomienda realizar 2 spot televisivo en telemicro canal 5 dos veces al año para dar a conocer el centro educativo .estos tienen un costo de 5,000 por spot (es un anuncio de televisión de corta

		duración que se encuentra entre los primeros 10 y 60 primeros segundos.
Anuncio en periódico en los siguientes periódicos: Listín Diario, Diario Libre y el Día.	RD\$2,124.00	Se recomienda publicar anuncios en los clasificados del listín diario, estos se sugieren colocar 2 meses antes del inicio del año escolar costo diario 140.00 los demás días 70.00 pesos adicional hasta el día 12 más itbis. Luego son 30.00 pesos diario por lo que 60 días sería el presupuesto recomendado. Esto cubre 4 líneas.
Anuncio en YouTube.	RD\$00,000.00	Este tipo de redes según el tipo de empresa es bueno realizarlas de manera gratuita, compartiendo videos de actividades del colegio tenga algún tipo de presencia y participación realizando videos que se puedan compartir mediante grupos para que puedan ver el video en el canal.
Anuncio en Instagram.	RD\$2,120.00 (40 dólares)	Realizar un anuncio semanal de los servicios, videos de las actividades escolares, para atraer público orientado a una segmentación de las zonas aledañas de dos dólares diarios por 5 días a la semana con n un costo de 2 dólares diarios total de 40 dólares mensuales con un costo de 40.00 dólares mensuales un aproximado en pesos de 1,060 al mes este aplica para Instagram y Facebook. Dos meses al año previo a las inscripciones del año.

PLAN DE MARKETING CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA

PLAN PUBLICITARIO 2023

Actividad	Costo RD\$	Observación
Mención radial en las siguientes estaciones de radio: Mortal 104.9 FM, Independencia 93.3 FM.	RD\$5,600.00	Se recomienda mención radial en la emisora de Telemicro las cuales tienen un costo desde 200 pesos hasta 5,000 por semana dependiendo de la duración de los anuncios se le recomiendan 2 anuncios a la semana de corta duración por dos meses en el año de aproximadamente 15 segundos costos de 350.00 por mención para un aproximado de
Mención televisiva en los siguientes programas:	RD\$00,000.00	
Anuncio o comercial radial en las siguientes emisoras: Mortal 104.9 FM, Independencia 93.3 FM.	RD\$12,000.00	Se recomienda realizar 2 comerciales radiales por meses publicitario en las emisoras de radio más acordes a al servicio que ofrece como Radio 95.3 FM Radio Educativa Dominicana, dos veces al año para dar a conocer el centro educativo. Estos pueden ser presentados por hasta 30 segundos.
Anuncio o comercial televisivo en los canales: 5, 15 de Telemicro y 9 de color visión.	RD\$10,000.00	Se recomienda realizar 2 spot televisivo en telemicro canal 5 dos veces al año para dar a conocer el centro educativo .estos tienen un costo de 5,000 por spot (es un anuncio de televisión de corta

		personalizados con el nombre del padre y el logo del colegio.
Lapiceros	RD\$2,000.00	Compra de lapiceros promocionales para otorgar a los padres que visiten el colegio para buscar información de los requisitos para inscribir un alumno esto se puede realizar en los meses de pre-ingreso de los estudiantes. Costo aproximado por bolígrafos personalizado 25.00 pesos por unidad.
Agendas 2023	RD\$3,000.00	Agenda personalizada para suplidores con el logo de la empresa e información de las páginas de redes sociales. Precio aproximado por unidad 250.00 para ofrecer a los encargados de compras de las empresas que le suministran los servicios, o suplidores para atraerlos como clientes nuevos. Unidades 12 unidas aproximadas.
Calendarios 2023	RD\$3,500.00	Ofrecer calendario a los padres en el mes de Diciembre, cuando pasen a pagar la mensualidad solo a los primeros 100 que pasen a realizar el pago 5 días antes de la fecha límite de pago. 100 calendarios costo por unidad 35 pesos.
Pases para el Cine	RD\$3,600.00	Compra de boletas de cine para otorgar a los niños que cumplen año en los meses correspondientes al primer trimestre. Esto sirve para comprar 12 boletas en el cine megaplex para regalar dos boletas de cine.

Evidencia de envío del Plan de Marketing al Colegio



12:12

VoLTE LTE .ll



Propuesta de plan de marketing 2023

Externo



Recibidos



Johana Teresa Cuevas Bri... 8:50 a. m.
Buenos días Sr.Meregildo (CENTRO EDUCATIVO SONRISA DE ESPERANZA) Luego



JOSE MEREGILDO... 12:03 p. m.
para mí



[Mostrar texto citado](#)

Buenas tarde bendiciones recibido muchas gracias y estaremos evaluando el trabajo realizado.

Siempre a las órdenes.

QUE TE PARECE?

Que les parece?

OK.



Responder



Responder a todos



Reenviar



99+

