

Licenciatura en Administración y Mercadeo

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 Kid's Fitness**

Autores:

Wanda Espino
Tirson Mejía
Wildinson Rosario

Facilitadora Acompañante:

Eliana Campos Taveras

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

Índice

Resumen ejecutivo	
Glosario	
Introducción:	1
SECCIÓN I	1
FUNDAMENTOS DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE	1
1.1 Definición de servicio y atención al cliente.	2
1.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.	2
1.3 Propósitos fundamentales del servicio y atención al cliente.....	2
1.4 Debilidades comunes en el servicio y atención al cliente de empresas dominicanas	3
1.5 Principales características, ventajas y desventajas de las siguientes modalidades del servicio y atención al cliente:	4
1.6 Factores o componentes que intervienen en un proceso de servicio y atención al cliente.....	7
SECCIÓN II:	9
CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO	9
2.1 Nombre registrado de la empresa.	10
2.2 Registro Nacional de Contribuyente (RNC).....	10
2.3 Ubicación y teléfono.	10
2.4 Nombre del contacto o colaborador.	10
2.5 Historia de la empresa.	10
Valores.....	11
Visión	11
Misión.....	11
2.6 Misión, visión y valores organizacionales.....	11
2.7 Logo y eslogan.....	12
2.8 Mercado Meta.	12
2.9 Estructura organizacional, total de empleados y organigrama.....	12
2.10 Productos y servicios que ofrece en el mercado.....	14
2.11 Modalidades de servicio que usa.	15
2.12 Principales políticas de servicio y atención al cliente.	15
SECCIÓN III:	17
CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO	17

3.1 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente presencial.....	18
3.2 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención a la cliente telefónica.....	21
3.3 Identifique 10 fortalezas y 10 debilidades de la oferta de servicio y atención al cliente a través de asistencia virtual.....	23
SECCIÓN IV:.....	25
DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN MANUAL CORPORATIVO DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.....	25
4.1 Aplicación de diagnósticos valorativos en la empresa.	26
4.2 Estudio de mercado.	27
4.3 Presentación resultados encuesta.	28
4.4 Creación del perfil proveedor de servicio y atención al cliente.	54
4.5 Elaboración de protocolos de servicio y atención al cliente.	55
4.6 Creación de políticas estratégicas de servicio y atención al cliente.	56
4.7 Diagramación o creación del manual digital.....	57
Conclusión.....	58
Bibliografías.....	60
Anexos.....	61

Resumen ejecutivo:

El presente proyecto es realizado para la empresa educativa privada Kid's Fitness, esta empresa está conformada por la presidenta ejecutiva Ninoska Rondón y el socio Irving Rondón. La dirección de la empresa está según el mapa y la registración de la empresa: La dirección de Kid's Fitness, se encuentra C. P. ° de los Locutores 58, Santo Domingo.

Como resumen de este proyecto, podemos describir que la empresa Kid's Fitness es una empresa educativa que imparte desarrollo educativo tanto en la terapia, psicológica, física y método específico para la calidad de los niños. Para este módulo tres de este proyecto tenemos cuatro secciones, las cuales fueron de importancia para la implementación de mejoras hacia la calidad del servicio y atención al cliente.

La primera sección, habla sobre el contexto fundamental de servicio y atención al cliente. Esta sección explica la definición de servicio y atención al cliente, la importancia que ofrece el servicio en la empresa, los propósitos fundamentales, al igual que las debilidades comunes que presentan las empresas dominicanas en servicio y atención al cliente; también se destacan las principales características, ventajas y desventajas de las siguientes modalidades del servicio y atención al cliente.

La segunda sección, es el contexto empresarial del proyecto seleccionado. Aquí se desarrollan las descripciones de la empresa, su nombre registrado, la dirección, sus inicios e historia, su filosofía empresarial, tanto el logo de la empresa como el eslogan, también se describe la meta del mercado, la estructura y el organigrama, al igual que los productos y servicios que brinda el centro educativo.

La tercera sección, es un análisis que realizamos para identificar las 10 debilidades y fortalezas que la oferta de servicio y atención al cliente en las tres modalidades como son; presencial, telefónica y virtual.

La cuarta sección y última de este proyecto, es el diseño y estructura del manual corporativo de servicio de servicio y atención al cliente. En esta sección, hablaremos de los diagnósticos valorativos de la empresa, también los estudios del mercado, las presentaciones de resultados de encuestas, las creaciones de los perfiles de

proveedores, al igual que los protocolos. La creación de políticas estratégicas del servicio y atención al cliente y, por último, la creación del manual y de cómo fue realizado.

Luego de terminar las secciones dedicadas a la empresa Kid's Fitness de este proyecto, se elaboran la conclusión del mismo además de la bibliografía compuesta por cada una de las fuentes consultadas a lo largo de la investigación para el proyecto, el perfil de los autores y los anexos compuesto por fotografías y demás herramientas complementarias como prueba o muestra de la elaboración del manual corporativo para la empresa elegida.

Glosario.

1. Actividades

Las acciones que proyecto deberá llevar a cabo para obtener resultados.

2. Atención al cliente

Es el soporte que brinda a tus clientes, ya que sea, durante o después de la compra y que los ayuda a tener una excelente experiencia con tu empresa.

3. Análisis FODA

Es una herramienta que examina e identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un proyecto determinado.

4. Diagrama

Es el diseño que se representa en grafico de un proceso.

5. Estudio de mercado.

Es el conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado.

6. Eficacia

Es la capacidad de alcanzar los metas establecidos en una empresa

7. Eficiencia

Es la capacidad que se lograr las metas con la menor cantidad de recursos.

8. Modalidad

Es una variante de algo, una forma peculiar en la que se lleva a término una actividad.

9. Manual

Es el documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o introducciones sobre historia, políticas, procedimientos, organización de un organismo social, en se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo.

10. Perfil.

Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo.

11. Proveedor de servicios.

El proveedor de servicios es la entidad que presta servicios a otras entidades.

12. Producto

El producto hace referencia a un proceso planificado, analítico y sistemático que permite transformar una idea en un producto.

13. Proyecto

Un proyecto es la planificación y la ejecución de una serie de acciones que, siendo su fin el conseguir un objetivo determinado.

14. Protocolo

El protocolo es un conjunto de reglas establecidas por norma o costumbre y que se emplean en las relaciones personales.

Introducción:

En esta introducción de este documento de proyecto final de grado, en el módulo tres, del diplomado de “GESTIÓN INTEGRAL DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE”, de parte de los integrantes del equipo número tres, de la universidad abierta para adultos (UAPA), dirigido por la facilitadora Eliana Campos Taveras, les presentamos nuestro proyecto de grado.

El objetivo de este proyecto de grado, es implementar una propuesta de mejora en la gestión integral de servicio y atención al cliente, para una empresa de la República Dominicana, y la cual, tenga debilidades o carencias en sus servicios a los clientes, con el fin de fortalecer e innovar las estrategias y políticas del servicio al cliente y así satisfacer las necesidades de los usuarios.

La empresa escogida para este proyecto, es una empresa educativa privada, llamada Kid’s Fitness, que tiene más de 10 años en función en el país, ofreciendo servicios educativos, deportivos, psicologías conductuales y musicales para los niños de 2 meses de nacido hasta los 16 años de edad.

Nos gustó, el hecho de poner nuestro proyecto a esta empresa y compartirlo hacia ellos, porque vimos la importancia que puede tener una empresa educativa con un buen servicio al cliente, donde los padres puedan estar satisfechos con el servicio y la experiencia vivida por parte de la empresa.

La metodología que se usó en este proyecto de grado fueron; la investigación contextual empresarial, los análisis de fortalezas y debilidades del servicio y atención al cliente en las tres modalidades; presenciales, telefónicas y virtuales, también, realizamos protocolos y políticas de mejora con el propósito de que se cumpla en la empresa.

SECCIÓN I
FUNDAMENTOS DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

SECCIÓN I: FUNDAMENTOS DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

1.1 Definición de servicio y atención al cliente.

El servicio y la atención al cliente son todas aquellas acciones y actuaciones que un proveedor de productos o servicios presta a un cliente buscando satisfacer todas las necesidades del mismo. Esto puede darse antes, durante o incluso después de la venta o adquisición del servicio.

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

La importancia que tiene el ofrecer un servicio de calidad y una atención al cliente de excelencia es la clave para el éxito o fracaso de una empresa ya que sustentar la empresa y mantenerla vigente además de hacerla crecer depende en gran medida de los clientes que tiene y de la capacidad de la empresa para crear una fidelización y compromiso por parte del cliente hacia ellos, es simple, un mal servicio y una atención al cliente deficiente crea clientes insatisfechos y por ende baja en productividad e ingresos empresariales.

1.3 Propósitos fundamentales del servicio y atención al cliente.

Atender al usuario con amabilidad y cortesía: Los trabajadores siempre tienen que tener una buena actitud hacia los clientes brindare un mejor servicio con el máximo respeto.

Ser un servicio que ofrezca mucha confianza al cliente: El servicio a los clientes se encarga de ofrecer el mejor producto a los clientes, este le da mejor asesoramiento y asistencia que proporciona la empresa, crear confianza logra que los clientes sean leales a la empresa.

Tener empatía con los clientes y sobre todo tratar de comprenderlo: Tener empatía es comprender sus necesidades y ofrecerle soluciones que satisfagan sus expectativas.

Poseer una buena estructura fácilmente accesible para los usuarios: Poseer una buena comunicación, Siempre se debe atender a los clientes cuando requieren de nuestra ayuda o necesitan comunicarse con la empresa y ser accesible con ellos para brindarle un mejor servicio.

Tener una buena capacidad de respuesta que sea ágil y rápida: Es de suma importancia tener en cuenta que la capacidad de respuesta al cliente es más que una respuesta rápida. Esto también implica la frecuencia y coherencia en la comunicación hasta la resolución final.

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

No saber escuchar a los clientes y carecer de empatía: El servicio al cliente debe esforzarse por prestar especial atención a cada una de las cosas que dice el cliente y tratar ponerse de su lado con la intención de comprender lo mejor posible su situación.

Mucha falta de flexibilidad: Es necesario que las empresas tengan flexibilidad con los clientes así se adapta y hace un trabajo eficazmente y trata de entender a los clientes.

Deficiencia en el servicio y atención al cliente: Una deficiencia de atención al cliente aparece cuando las empresas no cumplen con las expectativas del cliente en términos de calidad de servicio, tiempo de respuesta o experiencia general del cliente.

Complicar los procesos más de la cuenta para que el cliente pueda hacer efectiva una reclamación: Ante una queja o reclamación, lo más importante es actuar con rapidez y evitar que el cliente se enfade más por culpa de la inoperancia. La capacidad de reacción y la inmediatez son claves para aminorar las consecuencias sea lo que sea lo que estés haciendo, una vez se presente una queja o reclamación, la prioridad será tratarla.

No reconocer los errores que se cometen: En el caso de que realmente el cliente esté en lo cierto y su queja o reclamación es legítima, es necesario ofrecer disculpas y hacer ver que nunca más volverá a suceder. Todo el mundo puede cometer errores y es importante que la empresa saque, en ese momento, su lado humano.

1.5 Principales características, ventajas y desventajas de las siguientes modalidades del servicio y atención al cliente:

Modalidad Presencial:

La modalidad presencial es una modalidad del servicio al cliente muy tradicional en el mundo y es uno de lo más usado de las historias desde que se creó las empresas de servicios. A pesar de los grandes avances que se ha hecho de la tecnología y el mundo digital, el servicio o atención presencial aún tiene muchas importancias para el consumidor de hoy en día, ya que se trata de relacionarse entre una empresa y un cliente de manera física (Cara a cara).

Por lo general, una modalidad presencial es muy necesario y útil para ambas personas (Empresa y cliente), porque siempre están involucrados por documentos, papeles, entregas de artículos o devoluciones, también, registros de datos personales y otras opciones de servicios que contenga contacto físico con el cliente (Supermercado, colmado, restaurante). Además, hay tipos servicios que el cliente necesita de manera fácil, rápida y cómoda, como son; los servicios de entrega (A domicilio), soporte técnico de manera presencial e instalaciones de equipos y otras más.

A continuación, las ventajas y desventajas sobre la modalidad presencial en servicio y atención al cliente:

Ventajas: La modalidad presencia, es un servicio más directo y confiable para el cliente, ya que puede contactar o comunicar de manera física. Es más fácil en trata los temas y las conversaciones son más amplios y preciso. También, el cliente tiene la facilidad de identificar los productos ante de comprarlo.

Otra ventaja que tiene es el servicio de entrega (A domicilio), los soportes técnicos presenciales y las instalaciones de equipos y entre otras más. Y por últimos, tiene la ventaja de acudir a empresas de autoservicios, porque tiene la facilidad de resolver sus demandas con la empresa por sí mismo.

Desventajas: Las desventajas que se puede observar en la modalidad presencial, es la espera de una larga hora de tiempo de espera. Se exige más habilidades y aptitudes de parte de un representante de servicio al cliente. Tener mucha paciencia de parte los

representantes, ya que puede tocarle cliente con diferentes emociones. Debe tener una actitud positiva y amigable para el consumidor. Y, por último, no usar comunicaciones coloquiales y populares, porque puede incomodar algunos clientes.

Modalidad Telefónica:

La modalidad telefónica es un tipo de servicio estratégico de las empresas, que se utiliza como soporte o ayuda hacia el cliente, con el propósito de resolver dudas o problemas al consumidor, mayormente siempre está relacionada con los productos o servicios de la empresa.

El servicio telefónico es un servicio de comunicaciones que las empresas ofrecen a los clientes, con la función de contactar o responder cualquier inquietud por parte del usuario, ya sea a través de aparatos telefónicos, móviles o corrientes, independiente en lugar donde quiera llamar.

A pesar de los canales y servicios tradicionales, todavía es una opción indispensable para muchas empresas el uso del servicio telefónico, ya que con frecuencia se utiliza con exigencia estos servicios que aporta muchos a los consumidores de todo tipo de perfil. También es muy utilizado para brindar soporte técnico, asistencia personal u oferta de productos por parte de las compañías de servicios, como son; telefónicas, tecnológicas, entidad financiera, y otras empresas relacionadas, con el propósito de facilitar y cómoda el servicio de usuario.

A continuación, las ventajas y desventajas sobre la modalidad telefónica en servicio y atención al cliente:

Ventajas: Su uso es fácil y cómodo, solo se necesita un aparato telefónico y una línea para contactar la empresa. Mayormente, las empresas cuentan con una disponibilidad 24/7 de servicio. Es fácil de interpretar las emociones del cliente. Menos errores comunicar. Menos presión para hablar. El cliente puede consultar y resolver sus dudas y problemas desde su casa. Y, por último, puede contactar pedido desde tu casa, sin tener que ir a la empresa.

Desventajas: No siempre se tiene una buena señal telefónica por parte del cliente. A veces las informaciones pueden ser no claras. Se necesita usar un tono adecuado, fluido y con claridad para comunicar. Tener que hacer y recibir llamadas que puede ser inconveniente. No todos cuentan con una línea telefónica gratuita.

Modalidad Virtual

La modalidad virtual es un tipo de servicio estratégico e innovador de las empresas de hoy en día, al igual que la telefónica, brinda un soporte técnico o asistencia personal, pero de manera en línea. Este servicio en línea brinda a las empresas a utilizar una herramienta avanzada que emplea inteligencia artificial, es decir, un servicio virtual entre un robot y un cliente.

Por ejemplo, podemos diferenciar dos servicios virtuales que son muy eficaces y novedosos, como son el chat en línea y el chatbot. El chat en línea es atendido por una persona por un agente, quien está en línea interactuando con los usuarios, mientras un chatbot es un robot que ya tiene preguntas y respuestas predeterminadas para dar servicio.

Por otra parte, las empresas de servicios apuestan más en sus canales y herramientas digitales, por ende, es considerado como una solución muy novedosa para esta década, ya que cuenta con diversas opciones y herramientas, que son tendencia en el mercado, como son; los correos electrónicos, chatbot, las mensajerías móviles, asistencias virtuales, los videos llamados y entre otras.

A continuación, las ventajas y desventajas sobre la modalidad virtuales en servicio y atención al cliente:

Ventajas: Su uso es muy conveniente e íntimo para los usuarios. El acceso es privado, rápido y fácil para utilizar. Es informal y requiere poco esfuerzo para su utilización. Tiene más herramientas para comunicar y dar servicio a los clientes como son; correos electrónicos, chat en línea, mensajería en línea, chatbot, video llamada y entre otras herramientas. Y, por último, en caso de chatbot es un robot que cuenta con preguntas y respuestas predeterminadas para dar el servicio.

Desventajas: Esta modalidad es poco usada. Menos atractivos para los usuarios de mayor edad o con poca experiencia tecnológica. Se necesita una conexión a internet. Las informaciones son complejas para algunos usuarios. Los agentes deber tener una gran habilidad en los aparatos tecnológicos. Puede requerir un esfuerzo extra para convencer a los clientes a usarlo. Altas expectativas de tiempo de respuesta.

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

La atención al cliente es un punto fundamental para la empresa, es la raíz principal, y de ella depende la conquista de los clientes, sin embargo, una mala atención puede ser el motivo de perder a cada uno ellos y abriéndole paso a las competencias para que siga conquistando el mercado y aumente la cantidad de clientes debido a su buen servicio que le brinda.

Para ofrecer una experiencia de compra a los clientes, que sea única y positiva, las empresas deben de contar con estos elementos que les ayudarán a ofrecer un servicio excepcional. Aquí hablaremos los principales factores que interviene un proceso de servicio y atención al cliente:

Contacto directo con el cliente. El contacto directo con el cliente es el primer proceso que la empresa debe realizar, ya que es una etapa que la empresa hacer directamente al consumidor, por lo que debe tratar de personalizar al cliente, es decir, que debe atender a diferentes tipos de clientes y tratarles de forma distinta de acuerdo a sus gustos, deseo y necesidades.

Relación vendedora–cliente. La relación entre una vendedora y el cliente va más allá de una transacción económica en la venta de un producto o servicio puntual. Las empresas están buscando que su vendedor participe más y se adapte de manera rápida a nuevos escenarios, de esta manera puedan resolver las dificultades y solicitudes por parte de los clientes de forma proactiva y eficiente.

Correspondencia. Esta parte del proceso, es la parte que la empresa deben tener comunicado a los clientes, por lo tanto, se debe responder a todas sus inquietudes,

dudas, problemas, reclamos y cumplidos, porque que si uno promete algo hay que cumplir, pero de lo contrario pierde su credibilidad y confianza en la organización.

Reclamos y cumplimientos. El cuarto factor es reclamo y cumplimiento que la empresa debe hacer cuando un cliente lo exige, por ejemplo, la empresa debe entregar una hoja de reclamos, devoluciones o reembolso, también debe mantener la calma cuando un cliente realice una queja y molestia hacia ellos, al igual que mostrar aprobación, ofrecer disculpa y llegar un acuerdo con el cliente para posible solución.

Brindar una experiencia de compra positiva. Una buena experiencia de compra es una de las principales razones por la que los consumidores repiten con frecuencia en una misma tienda. La experiencia de compra, también se puede expresar como, la suma de las emociones, sentimientos y estímulos que siente un cliente en una situación de compra. Esta puede tener efecto tanto al momento de comprar, como a la hora de consumir o hacer uso del producto en una fecha posterior y en la lealtad.

SECCIÓN II:
CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO.

SECCIÓN II: CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO.

2.1 Nombre registrado de la empresa.

Kid's Fitness

2.2 Registro Nacional de Contribuyente (RNC).

El Registro Nacional de Contribuyente activo y asentado en la Dirección General de Impuesto (DGII) es el 130-772274

2.3 Ubicación y teléfono.

El centro se encuentra ubicado en C. P. ° de los Locutores 58, Santo Domingo 10147.

2.4 Nombre del contacto o colaborador.

Licenciada en Psicóloga Nathalie Rudecindo, que es la Coordinadora del departamento de psicológica en el centro educativo Kid's Fitness, quien nos ayudó con la información.

2.5 Historia de la empresa.

Kid's Fitness, es centro educativo, recreativo y de terapia especializada que se fundó el 4 de abril del 2005, por la Lic. Ninoshka Rondón y quien emprendió por tener un centro de educación infantil con el objetivo de ofrecer un mejor calidad educativa y formación personal, para los niños entre los 2 meses de nacidos y los 17 años, sin importar su condición física o mentales, sino apoyándolos a mejorar con programas específicos y desarrollados con profesionales elite en el ámbito educativo, psicólogo y entrenador deportivo.

Todo esto logrado con metodologías norteamericanas y locales, que permiten de forma única estimular a los niños y niñas en la potencialización de las inteligencias múltiples, trabajando de forma integrado la estimulación motora, sensorial, auditiva, visual, musical, vestibular, propioceptiva, bilateralidad, entre otros, mediante nuestro programa preescolar Frist Steps y nuestros programas vespertinos.

Logrando en los niños y niñas superar los hitos del desarrollo que pueden impedir que los mismos logren tener éxito en su vida educativo hasta ser adultos, asimismo contamos con una programación de intervención transitoria que, para niños dentro del espectro y otras condiciones, crear nuevos hábitos y se más funcionales para de esta forma cuando se inserten en la vida escolar formar tengan herramienta que le permitan alcanzar grandes logros dentro de su condición.

En el año 2014, todo nuestro programa recibió el aval de la Sociedad Dominicana de Pediatría, por el gran impacto que ejercen de la niñez dominicana.

2.6 Misión, visión y valores organizacionales.

Misión.

Educar a través del movimiento a todos los niños sin importar su condición, dentro de un ambiente no competitivo y retador, estimulando su creatividad y curiosidad natural.

2.7

Visión

Ser parte íntegra del crecimiento y desarrollo psicomotor de niños y niñas de temprana edad y de sus padres nos perciban como parte importante de su núcleo familiar confiándonos la educación temprana de sus hijos.

Valores

- Honestidad
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Respeto
- Ética
- Equidad.

Logo y eslogan.



2.8 Mercado Meta.

Los servicios de la empresa Kid's Fitness están dirigidos a un nicho de mercado con aceptación de diversas culturas, niños con condiciones de edades entre dos meses a dieciséis años de diferente sexo, etnia, economía, color, raza y más, analizando las necesidades de los clientes para que tanto los padres como los niños puedan disfrutar y beneficiarse de todo lo que el centro ofrece.

2.9 Estructura organizacional, total de empleados y organigrama.

Centro Kid's Fitness, tiene un sistema organizacional muy estructurado para su formato educativo y desarrollo, que contiene una organización formal con diferentes niveles de mandos y funciones, desde más alto hasta los subordinados. En la actualidad cuenta con más de 50 empleados, además está conformado por cuatro (4) dirección en la empresa con diferentes salones (7 en total) y departamentos (6 en total), que componen la empresa.

A continuación, los cuatros direcciones del negocio son:

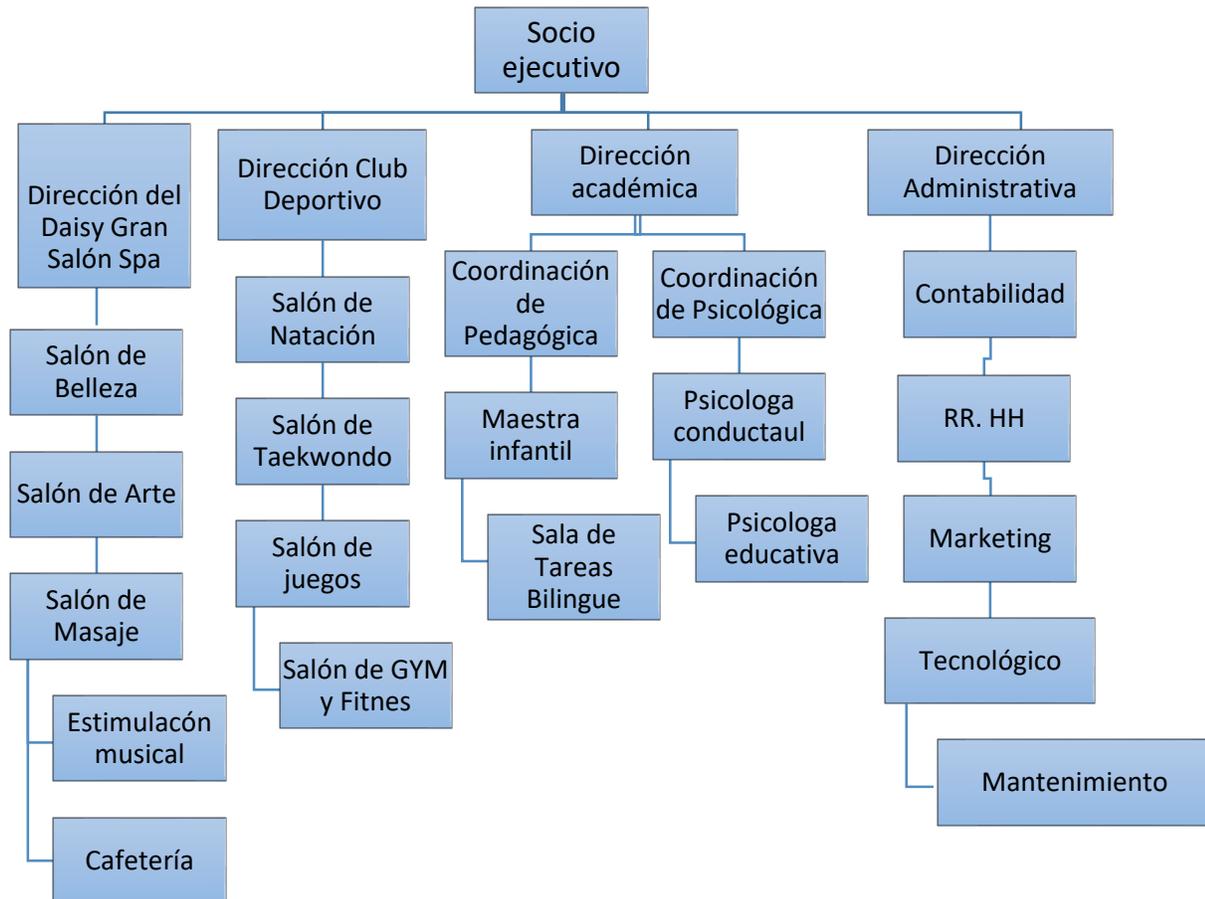
Dirección del Daisy Gran: Esta dirección se encarga en gestionar y controlar la parte de los recursos y servicios que brinda las diferentes funciones de los salones de la empresa, tales como; salón de belleza, salón de arte, salón, masaje, estímulo musical, cafeterías y más.

Dirección Deportiva: Aquí se gestiona y controla las funciones deportiva y creativa de la empresa, como son; salón de natación, taekwondo, de juegos, GYM y Fitness.

Dirección Académica: Esa dirección se encarga en planificar, organizar, evaluar y retroalimentar todos los procesos del sistema de gestión académica de la empresa.

Dirección administrativa: Esta función en que se encargan de administrar y controlar los recursos económicos, humanos, financieros, marketing, tecnológicos y mantenimiento de la empresa.

Organigrama:



2.10 Productos y servicios que ofrece en el mercado.

El servicio que ofrece en el mercado el centro educativo de forma individual o combinados, incluyendo la sala de tareas gratis. A continuación, los servicios y programas desarrollo y educativa son:

Play Gym: Esta es la sesión donde se introducen a los más pequeños al equipo creativo para escalar. En este equipo los niños juegan de manera divertida y aprenden a moverse por encima, por debajo, a través, alrededor y sobre el aparato de una manera segura.

Parent & Child: Utiliza movimientos y equipos colocados de manera muy creativa para desarrollar la coordinación, la toma de conciencia de su cuerpo y el reconocimiento de las palabras.

Movement Education: Este programa es apropiado para niños de 4 y 5 años, cuya curiosidad provee la motivación para el aprendizaje.

Fitness: Consiste en diferentes rutinas de ejercicios, orientados a jóvenes que requieren una vida activa y necesitan potenciar sus capacidades cognitivas, así como aquellos que necesitan quemar energías extras.

Natación: Completo programa que trabaja desde la adaptación al medio acuático, el control de la respiración y lograr la confianza hasta el perfeccionamiento de estilos olímpicos.

Estimulación Musical: Utilizamos la metodología de Kindermusik® en nuestras clases, la cual es ideal para potenciar la inteligencia matemática, patrones, disciplina, entre otras a través de ritmos y melodías.

Taekwondo: Desarrolla las habilidades el uso del cuerpo. Inculca en los estudiantes respeto, disciplina, seguridad y dominio propio.

Sala de Tareas Bilingüe: Contamos con supervisora que asiste a los niños en inglés y español con sus tareas, además de una computadora con acceso a internet bajo supervisión.

Fitness First Steps: Trabaja las estimulaciones de las inteligencias múltiples mediante el desarrollo y la potencialización de las destrezas necesarias para el correcto desarrollo de los niños desde los 3 meses de nacidos hasta los 5 años.

Fitness S.O.S: Un programa de educación nutricional y ejercicios para combatir la obesidad y la delgadez extrema en niños y adolescentes.

2.11 Modalidades de servicio que usa.

Presencial: La modalidad las mayorías de sus servicios son presenciales, la cual hacen contacto directamente al cliente mediante la recepción.

Telefónica: Cuenta con una recepción que ofrece servicios y atención al cliente de manera presencial y también telefónica, por ejemplo; informando acerca de la empresa, asistencial y soporte personal, inquietudes y más, con el fin de asegurar una linda experiencia a los clientes.

2.12 Principales políticas de servicio y atención al cliente.

El centro Kid's Fitness, imparte un sistema de calidad educativa para los clientes y ofrece los siguientes aspectos fundamentales, los cuales constituyen la política de calidad:

Educativa, se compromete a lograr la satisfacción del cliente a través de una adecuada comunicación, así como del eficiente relevamiento y seguimiento de sus requerimientos.

Representante de servicio al cliente que procura adaptarse a las nuevas demandas y analizando las expectativas de nuestros clientes respecto a los servicios brindados, logrando una diferencia comparativa y competitiva en el mercado.

Kid's Fitness, se compromete en el cumplimiento efectivo de los requisitos aplicables que se han analizado para la organización. También, cumpliendo con los corresponsales de

nuestros clientes, manteniendo la credibilidad y confianza de los consumidores.

Las Direcciones se comprometen a proponer los objetivos de la organización para orientar los esfuerzos de la empresa, así como de impulsar el involucramiento del personal en la gestión de la calidad.

La educación del centro promueve, respecto, los valores, la ética y moral en la gestión de recursos humanos, el desarrollo de todos los miembros de la organización, tanto en sus conocimientos como en su compromiso con la calidad.

La gestión de la empresa se basa en la información documentada con el apoyo de los sistemas necesarios para la administración de los datos. La información mantenida se emplea para la toma de decisiones, a través del análisis de los indicadores, orientada al mejoramiento continuo de la organización.

SECCIÓN III:
CONTEXTO EMPRESA SELECCIONADA PARA EL PROYECTO.

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.

- **Condiciones del local físico.**
- **Disponibilidad de parqueo.**
- **Confort del local.**
- **Atención recibida.**
- **Gestión de la información.**
- **Imagen personal del proveedor.**
- **Profesionalismo del proveedor.**
- **Manejo y gestión de procesos.**
- **Actitud del proveedor.**
- **Otros.**

Debilidades:

Con fuertes lluvias, el centro educativo puede presentar inundaciones de algunas áreas de la empresa como son los pasillos próximos a la entrada, parqueos y otras más. No hay parqueo o espacio disponibles para motores y bicicletas, aunque es inusual que vaya este tipo de cliente, por lo general, son persona de clase media que adquieren este servicio.

Algunas áreas de estudios hacen eco y esto produce incomodidad hacia los niños de pequeña edad (2 a 8 años), y esto afecta el aprendizaje del niño, ya que el eco causa ruidos desagradables en espacio grande y cerrado. El área de cafetería presenta problemas con la luz solar, ya que entra desde las ventanas de manera muy directa y molesta mucho a los niños, se siente incómodos e irritados en su área de almuerzo.

Los clientes no son tan bien atendidos como ellos quieren que los traten, algunos empleados no son tan corteses, ni amables con el consumidor, a veces juzgan por sus aspectos o clases, o sea que dependiendo de las clases y aspectos del cliente lo trata de diferente forma y muchos padres se quejan por esta falta de respeto.

Lo negativo en su gestión de la información, es que a veces las informaciones dadas pueden ser confusas, ya que algunos no dominan la comunicación y el léxico de otras personas y pueden tener dudas de lo que dijo otro, y a temor de no pedir que se lo repite, atiende altera las informaciones a otros y causa problema y atraso al proceso de la empresa.

Lo negativo que puede ver en la imagen personal del proveedor es, que los vehículos de distribución no están en buen estado (se ve viejo), en la parte exterior, ósea su carrocería y eso puede afectar como proveedor. Muchas veces, se atrasan con los servicios y en su hora de llegada, eso afecta a la empresa y en su servicio, porque se demoran sus procesos.

El proceso de reclutamiento y contratación es tedioso y tarda bastante. Los procesos son muy lentos y poco capacitados en algunas áreas y se hace un caos en los primeros meses ya que el departamento de recursos humanos cuenta con muy poco personal. La impuntualidad presentada por los proveedores de servicios en el centro también se ha vuelto una gran debilidad para el mismo.

Fortalezas:

Es un centro muy grande y amplio para ser un centro educativo privado, tienen diversas áreas y salones para encajar en el centro, cuenta con capacidad para tener más de 100 personas y eso lo hacen muy atractivo para los clientes, porque ven el tamaño que cuenta el centro educativo.

La disponibilidad del parqueo se ajusta al tamaño de la empresa, tanto los empleados y clientes que puede ocupar un espacio para su carro. Es fácil de dirigirse al parqueo, ya que están en el lado izquierdo de la puerta principal del centro, además cuenta con

señalizaciones muy clara y evidente para parquearse los carros y así los clientes pueden sentirse comodidad y confiados a dejar su carro.

Su gran fortaleza es que el local es muy amplio y limpio para los niños con buena ventilación, donde los alumnos se sientan cómodos. Las áreas y salones educativos con buen estado, con aromas que agradan a los estudiantes, música cautiva el ambiente y la comodidad de los niños y los padres se sienten muy satisfechos en el ambiente que está sus niños.

Lo positivo que tienen, es la comodidad que le ofrecen de ser atendido, le ofrecen agua para los clientes, área de espera son cómodos, tranquilo y un ambiente relajado, le brinda materiales de informaciones sobre la empresa, como son; revistas educativas, cartas de presentaciones y de servicios, le hacen un recorrido al centro para que experimente los servicios que ofrecen y otras cosas más.

Cuando se anuncia y se publica en mural, meme y otras informaciones relacionadas, se atiende a cumplir y se organiza a tiempo, porque son informaciones preavisadas ante de unas semanas o mes, por consiguientes los clientes sienten una buena experiencia, cuando las informaciones son preavisadas.

Los precios son asequibles y la calidad es buena, cuenta con buenos productos y servicios en el mercado y le da una buena imagen en su servicio. Su profesionalismo que tiene el proveedor, es que ellos mismos desmontan los productos y lo lleva al almacén del centro, cumple con las políticas de reembolsos, le piden disculpas siempre por las demoras que siempre tienen con el centro, son muy amables y respetuosos.

Las fortalezas que tienen, es la gestión de procesos en la educación y difiere en diversas etapas con la metodología de registro, selección, organización y enseñanza tradicional, al igual que los procesos operacionales, como son, las reinscripciones, admisiones, documentaciones en los estudiantes, cajas, registro y entre otras, la cual, hace un proceso muy eficaz y productivo hacia la empresa. Sus fortalezas con actitud, era muy

agradables, ser vicienes, ayudaba al centro con las cargas y productos, cumplían con los correspondientes del acuerdo entre la empresa y proveedor, sus informaciones eran muy exacta y entendible, aunque era muy puntual, lo recompensaban con sus actos y actitudes positivas en la empresa.

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

- **Prontitud de la asistencia.**
- **Tono de voz del proveedor.**
- **Atención recibida.**
- **Actitud del proveedor.**
- **Escucha activa.**
- **Gestión de la información.**
- **Tiempo en espera.**
- **Manejo de quejas y reclamaciones.**
- **Profesionalidad del proveedor.**
- **Manejo y gestión de procesos.**
- **Otros.**

Fortalezas:

Cuentan con servicio de atención al cliente telefónico de lunes a viernes a 8:00 am a 6:00 pm. Los empleados tienen manejo y conocimiento de la información sobre los procesos educativos y operarios de la empresa. Siempre que se atiende una llamada, el empleado establece un saludo cordial e identifica la institución y el nombre de la persona que atiende.

Los proveedores de servicio telefónico tienen una buena resolución de conflictos y de manejo de quejas. Los empleados poseen las habilidades telefónicas necesarias para desenvolverse en este ámbito, están familiarizados con el funcionamiento de las líneas

múltiples. Poseen habilidades para el manejo del estrés, tanto del propio como del cliente.

Los empleados poseen flexibilidad y habilidades en el manejo de varias llamadas simultáneamente. Usar un buen tono de voz, clara y expresiva para comunicar a los clientes.

Los proveedores mantienen su profesionalismo, modales, actitudes y cortesías en la hora de dar asistencias telefónicas a la empresa. Da asesoría telefónica hacia los clientes.

Informan de manera preavisada a los clientes (padres), de cualquier evento, actividades o reuniones de forma telefónica.

Debilidades:

Largos periodos de tiempo en espera hacia los clientes. Los empleados del servicio telefónico, se distraen mucho en la hora del trabajo. Poca supervisión hacia los representantes de servicios telefónicos. La asistencia telefónica presenta lentitud y en ocasiones los clientes no logran comunicarse por más que lo intentan.

El servicio telefónico resulta insuficiente, ya que no dan abasto para atender de manera adecuada todas las llamadas. A los clientes, de no tener la información requerida por la empresa, recurre a comunicar a otra extensión donde nadie suele responder. Los clientes no siempre obtienen las informaciones deseadas.

Se pueden ofrecer malas informaciones o informaciones confusas e incorrectas, creando descontento en el cliente y pérdida de tiempo. Comprometerse a devolver llamadas al cliente, para luego no hacerlo. Falta de empatía por parte de algunos empleados a la hora de ponerse en el lugar del cliente a la hora de reclamos telefónicos.

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

- **Tener sistemas contables ineficientes**
- **Prontitud de la asistencia.**

- **Atención recibida.**
- **Actitud del proveedor.**
- **Ser eficiente.**
- **Gestión de la información.**
- **Manejo de quejas y reclamaciones.**
- **Profesionalidad del proveedor.**
- **Manejo y gestión de procesos.**
- **Otros.**

Fortalezas:

Un servicio al cliente personal y flexible. Múltiples características especiales o beneficios que ofrecen tus productos. Tener conocimientos avanzados o especializados. Cuentan con servicio de atención al cliente virtual de lunes a viernes a 8:00 am a 5:00 pm.

Los empleados tienen manejo y conocimiento de la información sobre los procesos educativos y operarios de la empresa. Siempre que se atiende un mensaje, el empleado establece un saludo cordial e identifica la institución y el nombre de la persona que atiende. Los proveedores de servicio telefónico tienen una buena resolución de conflictos y de manejo de quejas.

Los empleados poseen las habilidades necesarias para desenvolverse en este ámbito, están familiarizados con el funcionamiento de las líneas múltiples. Poseen habilidades para el manejo del estrés, tanto del propio como del cliente. Los empleados poseen flexibilidad y habilidades en el manejo de varias llamadas simultáneamente.

Usar una buena ortografía, clara y expresiva para comunicar a los clientes. Los proveedores mantienen su profesionalismo, modales, actitudes y cortesías en la hora de dar asistencias a la empresa. Da asesoría virtual hacia los clientes. Informan de manera preavisada a los clientes (padres), de cualquier evento, actividades o reuniones de forma telefónica.

Debilidades:

Largos periodos de tiempo en espera hacia los clientes. Los empleados del servicio virtual, se distraen mucho en la hora del trabajo. Poca supervisión hacia los representantes de servicios virtuales. La asistencia virtual presenta lentitud y en ocasiones los clientes no logran comunicarse por más que lo intentan.

A los clientes, de no tener la información requerida por la empresa, recurre a comunicar a otra extensión donde nadie suele responder. Los clientes no siempre obtienen las informaciones deseadas. Se pueden ofrecer malas informaciones o informaciones confusas e incorrectas, creando descontento en el cliente y pérdida de tiempo.

Comprometerse a devolver los mensajes al cliente, para luego no hacerlo. Falta de empatía por parte de algunos empleados a la hora de ponerse en el lugar del cliente a la hora de reclamos virtuales.

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

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

4.1 Aplicación de diagnósticos valorativos en la empresa.

Para aplicar este diagnóstico en la empresa educativa Kid's Fitness, tuvimos la idea de contactar a un colaborador administrativo de manera presencial, para que nos diera el permiso de elaborar un proyecto manual corporativo de servicio y atención al cliente con el fin de ayudar y mejorar las deficiencias de los servicios a los clientes. A la empresa le gustó la idea de nuestro proyecto y nos concedió el permiso para elaborar el manual corporativo.

Al comenzar nuestro diagnóstico en la empresa, hicimos un levantamiento en sus operaciones de servicios y atención al cliente; conociendo sus historiales de servicios, conductas, protocolos, políticas y sus perfiles de proveedores y clientes en la empresa; sin embargo, usamos el método análisis FODA para analizar las situaciones y características que presenta la empresa actual. Lo que pudimos analizar fueron; las carencias y debilidades de parte de los proveedores, las distracciones, la mala o incorrecta imagen del personal de servicio al cliente y algunos procesos operacionales lentos.

También creamos y desarrollamos perfiles de proveedores de servicios y atención al cliente en sus modalidades que son: presencial, telefónica y virtual. En estos perfiles creados hacia los proveedores tuvimos en cuenta varios puntos, como son; los objetivos de cada perfil y modalidades, la capacitación de cada perfil, los conocimientos técnicos, habilidades, actitudinales y las habilidades del puesto.

Después de crear los perfiles hacia los proveedores de servicios, también creamos los protocolos que deben aplicarse en la empresa como obligaciones y responsabilidades que los proveedores deben asumir en sus trabajos. Para crear los protocolos en la empresa, tuvimos que tener cuenta las conductas y experiencias que ellos mostraban al cliente, para después diseñar las reglas y obligaciones que debían presentar a los usuarios. Más adelante, tuvimos la necesidad de crear las políticas y estrategias claves en la empresa, por motivos de identificar, estructurar, aplicar y sistematizar la dirección

de la empresa; de este modo pudimos aplicar las políticas teniendo en cuenta los siguientes puntos; la responsabilidad de cada proveedor, la imagen, los saludos, las correspondencias, las actitudes y la calidad del servicio en la empresa.

4.2 Estudio de mercado.

El perfil de nuestro mercado meta son personas adultas, que sobrepasan los 25 años de edad, los géneros que consumen o adquieren los servicios del centro son de diferentes sexos, porque son los padres de los niños que la empresa obtiene para su educación. La mayoría de los consumidores de estos servicios tienen como ocupación; empresarios, empleado privado o público, con nivel salariales de más de 25 mil pesos por persona.

El mercado de Kid's Fitness está dirigido a un mercado nicho, con aceptación de diversas culturas, niños con condiciones, de edades de 2 meses a 16 años, de diferentes sexos, economías y más, analizando las necesidades de los clientes, la cual los padres puedan disfrutar de los beneficios que ofrece el centro.

4.3 Presentación resultados encuesta.

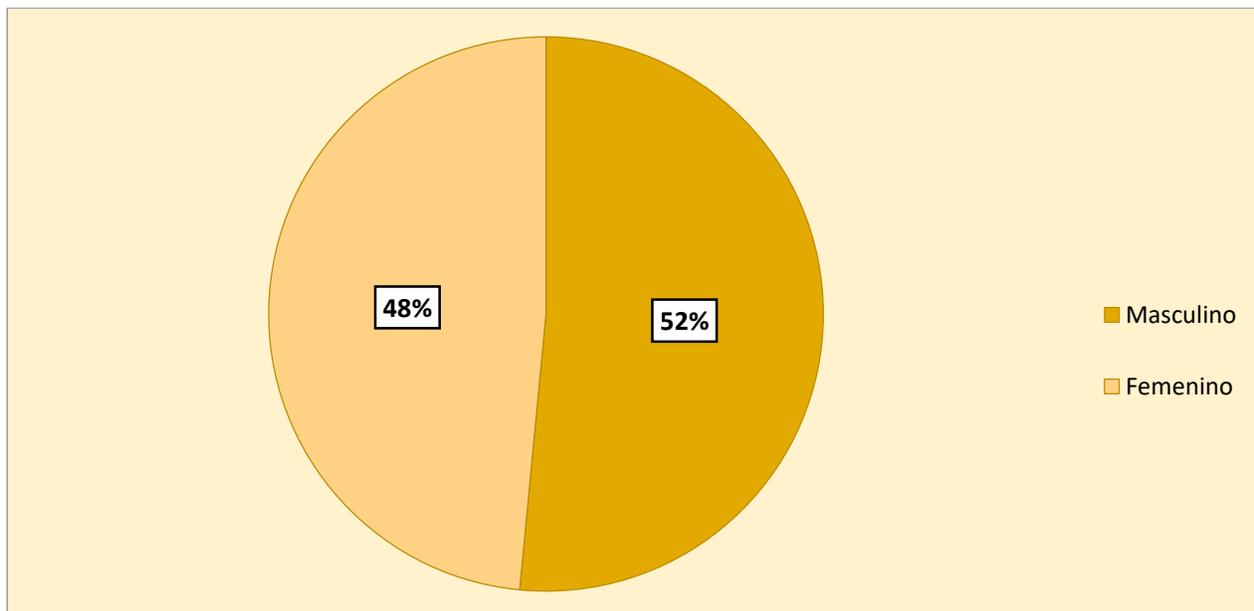
Tabla No. 1

Opciones	Frecuencia	%
Masculino	17	52%
Femenino	16	48%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 1 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerando los géneros de los usuarios de la empresa. El **52%** de los clientes de la empresa son de género masculino y el **48%** son género femenino. Lo que evidencia es que tanto el hombre como la mujer tienen mucha participación en la empresa.

Grafica No. 1



Fuente: Tabla No. 1, pregunta No.1 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

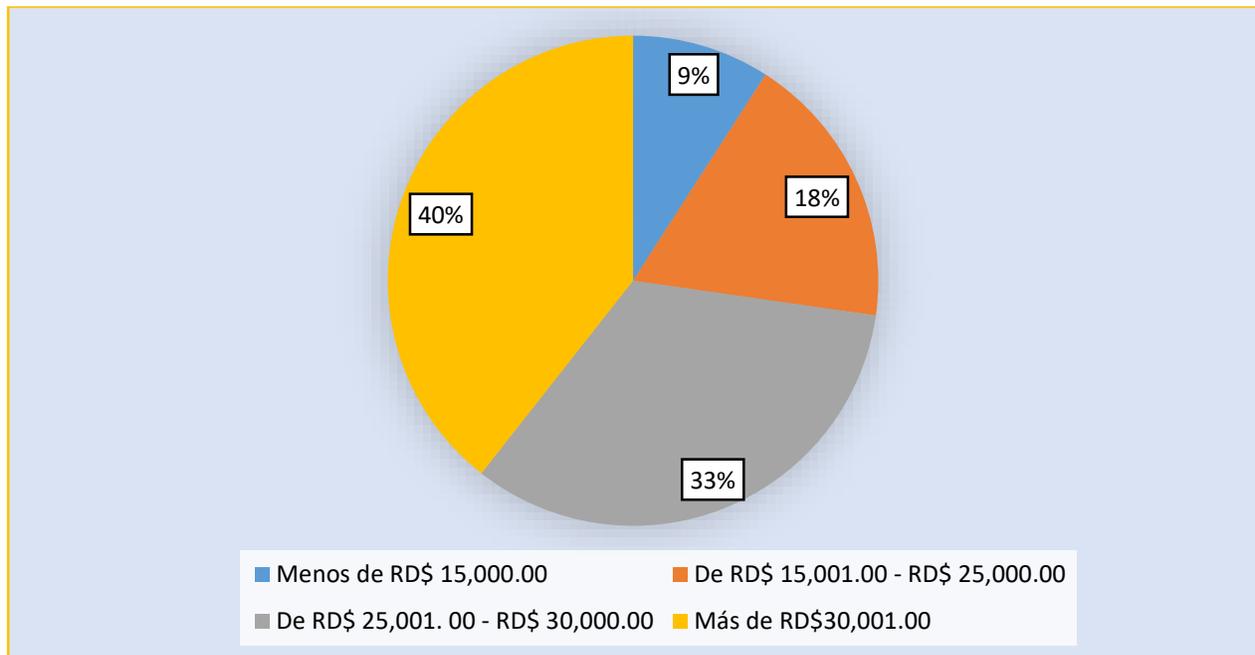
Tabla No. 2

Opciones	Frecuencia	%
Menos de RD\$ 15,000.00	3	9%
15,001.00 - RD\$ 25,000.00	6	18%
25,001. 00 - RD\$ 30,000.00	11	33%
Más de RD\$30,001.00	13	40%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 2 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado por los niveles de ingresos de los usuarios de empresa, y estos son: El **40%**, es más de RD\$30,001.00; **33%**, es de un rango de RD\$25,001.00 - RD\$ 30,000.00; **18%**, es de un RD\$15,001.00 - RD\$25,000.00, y, por último, el **9%** de los clientes obtiene un nivel de menos de RD\$15,000.00. Lo que evidencia la mayor participación en la empresa son los usuarios que ganan más de RD\$25,000.00 adelante.

Grafica No. 2



Fuente: Tabla No. 2, pregunta No.2 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

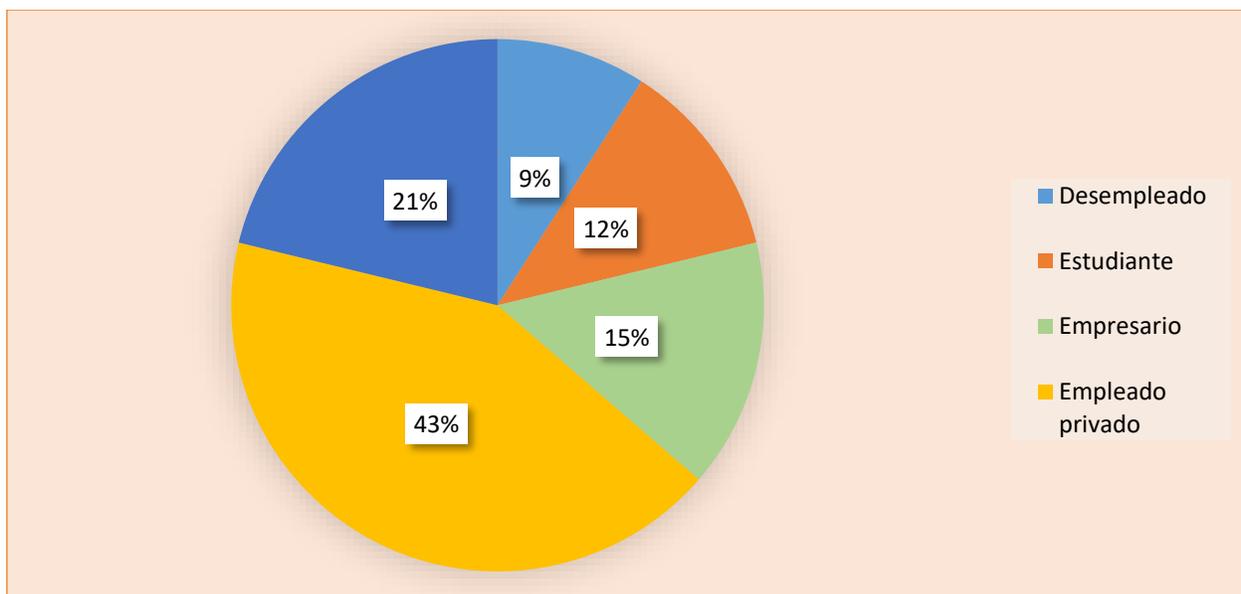
Tabla No. 3

Opciones	Frecuencia	%
Desempleada	3	9%
Estudiante	4	12%
Empresario	5	15%
Empleado privado	14	43%
Empleado público	7	21%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 3 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado por la ocupación de los usuarios de la empresa: El **43%** son empleados privados; **21%**, son empleados públicos; **15%**, son empresario; **12%**, son estudiante; **9%**, son desempleado. Lo que evidencia es que la mayor participación de los clientes son empleados privados.

Grafica No. 3



Fuente: Tabla No. 3, pregunta No.3 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

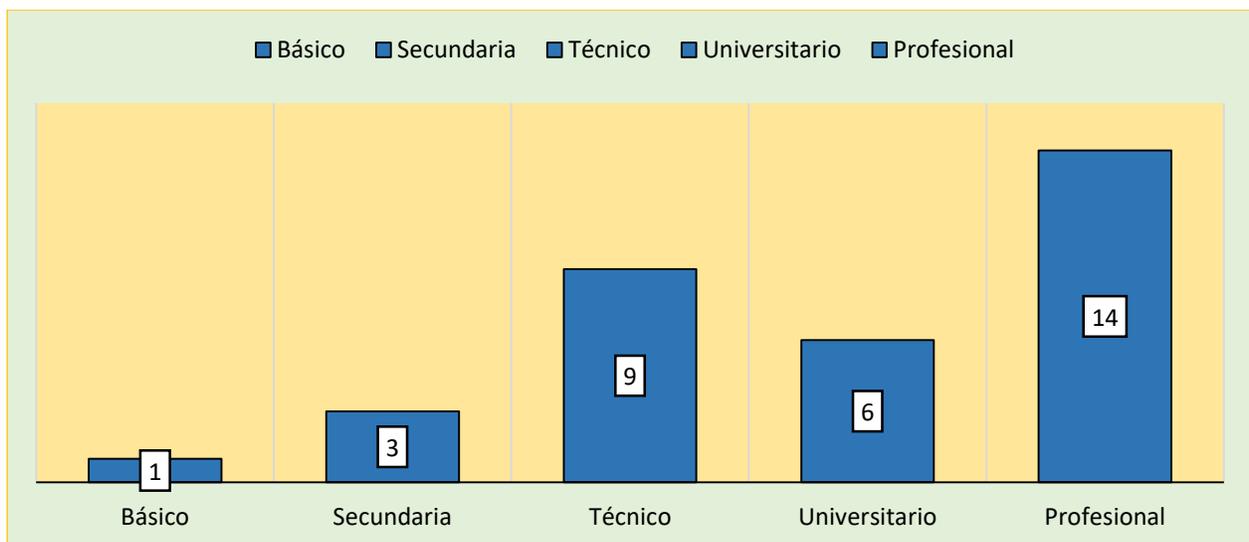
Tabla No. 4

Opciones	Frecuencia	%
Básico	1	3%
Secundaria	3	9%
Técnico	9	27%
Universitario	6	18%
Profesional	14	43%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 4 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado por el nivel de estudio de los usuarios de la empresa: El **43%** son de nivel profesional; **27%** son nivel técnico; **18%** son nivel universitario; **9%** son nivel secundario; **1%** son de nivel básico. Lo que evidencia es que la mayor participación de los clientes son nivel profesional.

Grafica No. 4



Fuente: Tabla No. 4, pregunta No.4 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

Tabla No. 5

Opciones	Frecuencia	%
Menos de 1 años	15	46%
De 1 años - 3 años	12	36%
De 3 años - 5 años	2	6%
Más de 5 años	4	12%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 5 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado por el tiempo siendo cliente de la empresa: **46%** de menos de 1 años; **36%** de 1 años – 3 años; **12%** más de 5 años; **6%** de 3 años – 5 años. Lo que evidencia es que la mayor participación de los clientes tiene menos de un año de servicio.

Grafica No. 5



Fuente: Tabla No. 5, pregunta No.5 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

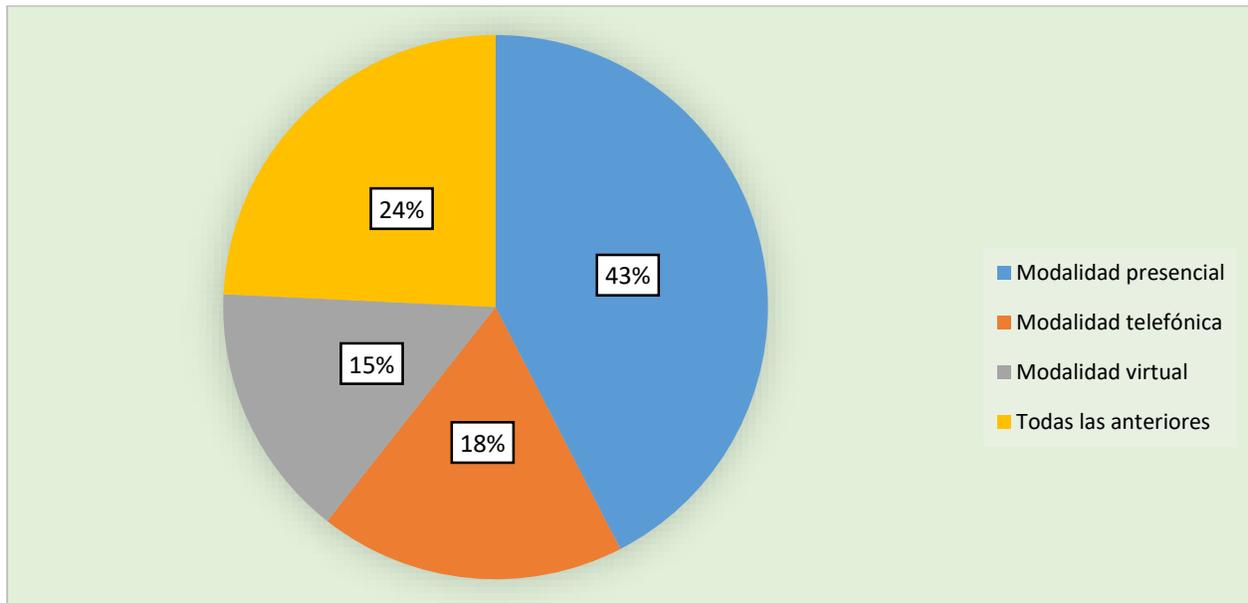
Tabla No. 6

Opciones	Frecuencia	%
Modalidad	14	43%
Modalidad telefónica	6	18%
Modalidad virtual	5	15%
Todas las anteriores	8	24%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 6 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado por las vías o medios de atención a utilizado los clientes en estos momentos en la empresa: **43%** usan la modalidad presencial; **24%** usan todas las modalidades; **18%** usan la modalidad telefónica; **15%** usan la modalidad virtual. Lo que evidencia es que la mayor participación de los clientes usa la modalidad presencial en la empresa.

Grafica No. 6



Fuente: Tabla No. 6, pregunta No.6 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

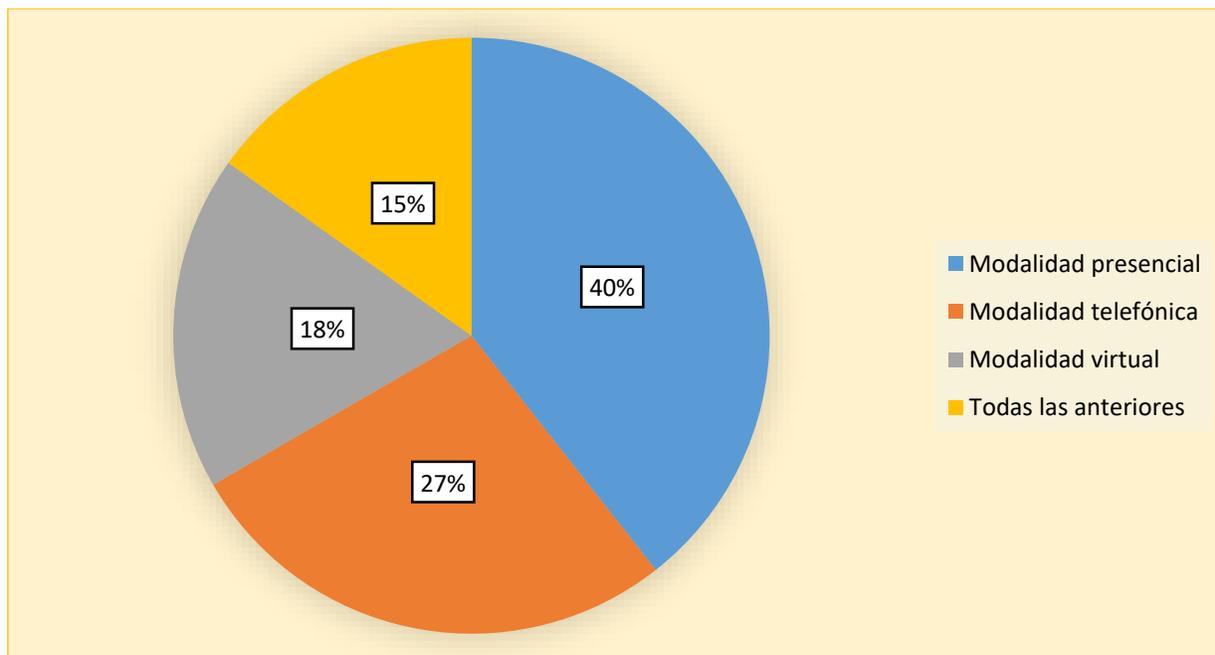
Tabla No. 7

Opciones	Frecuencia	%
Modalidad presencial o visita en el local físico	13	40%
Modalidad telefónica	9	27%
Modalidad virtual	6	18%
Todas las anteriores	5	15%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 6 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado por las modalidades de atención utilizada con mayor frecuencia en los usuarios de la empresa: **40%** son de modalidad presencial; **27%** son de modalidad telefónica; **18%** modalidad virtual; **15%** usan todas las modalidades. Lo que evidencia que la mayor participación de los clientes frecuenta la modalidad presencial.

Grafica No. 7



Fuente: Tabla No. 7, pregunta No. 7 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

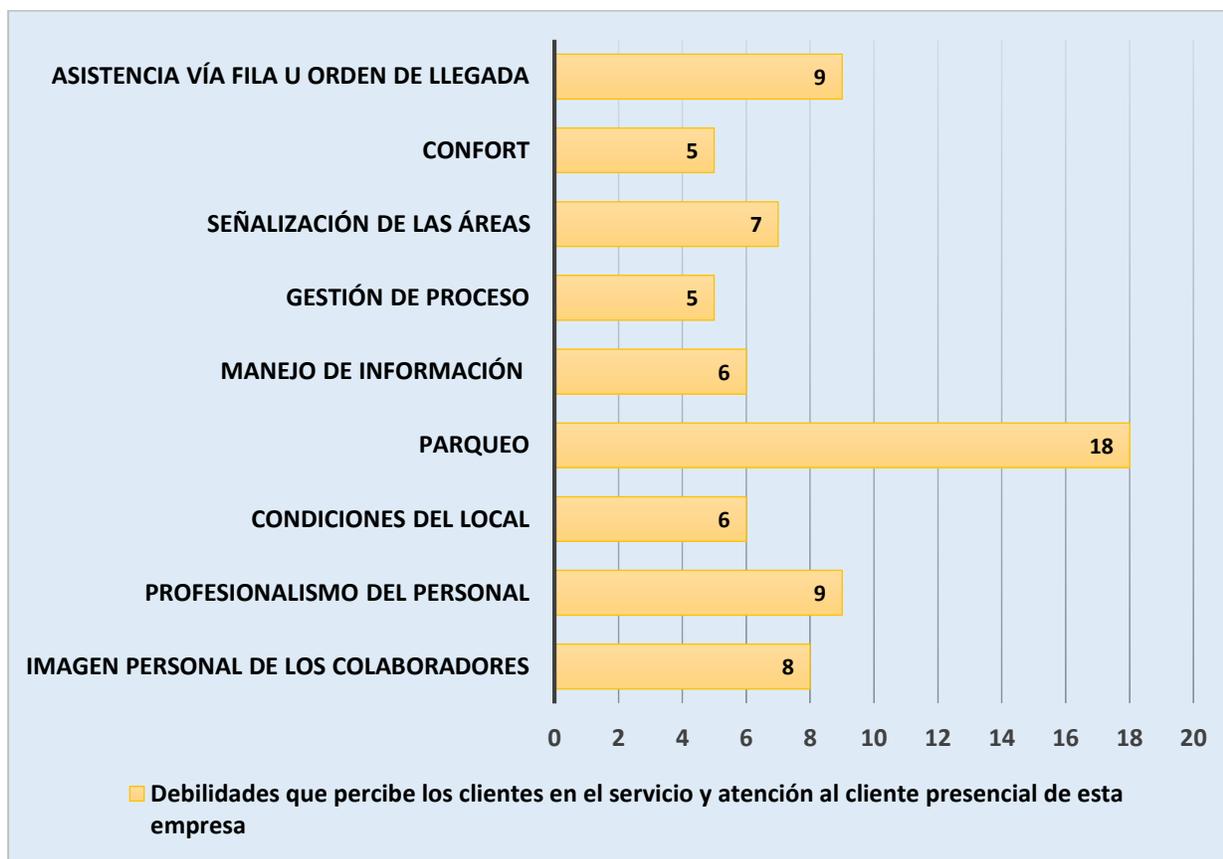
Tabla No. 8

Opciones	Frecuencia	%
Imagen personal	8	11%
Profesionalismo	9	12%
Condiciones del local	6	8%
Parqueo	18	25%
Manejo de información	6	8%
Gestión de proceso	5	7%
Señalización de las áreas	7	10%
Confort	5	7%
Asistencia	9	12%
Total	73	100%

Fuente: Pregunta No. 8 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, las debilidades que el cliente percibe en el servicio y atención al cliente presencial en esta empresa: **25%**, parqueo; **12%**, profesionalismo del personal; **12%**, asistencia vía fila u orden de llegada; **11%**, imagen personal de los colaboradores; **10%**, señalización de las áreas; **8%**, condiciones del local; **8%**, manejo de información; **7%**, Gestión de proceso; **7%**, confort. Se evidencian como mayor debilidad en el servicio y atención al cliente presencial de esta empresa es el parqueo.

Grafica No. 8



Fuente: Tabla No. 8, pregunta No. 8 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

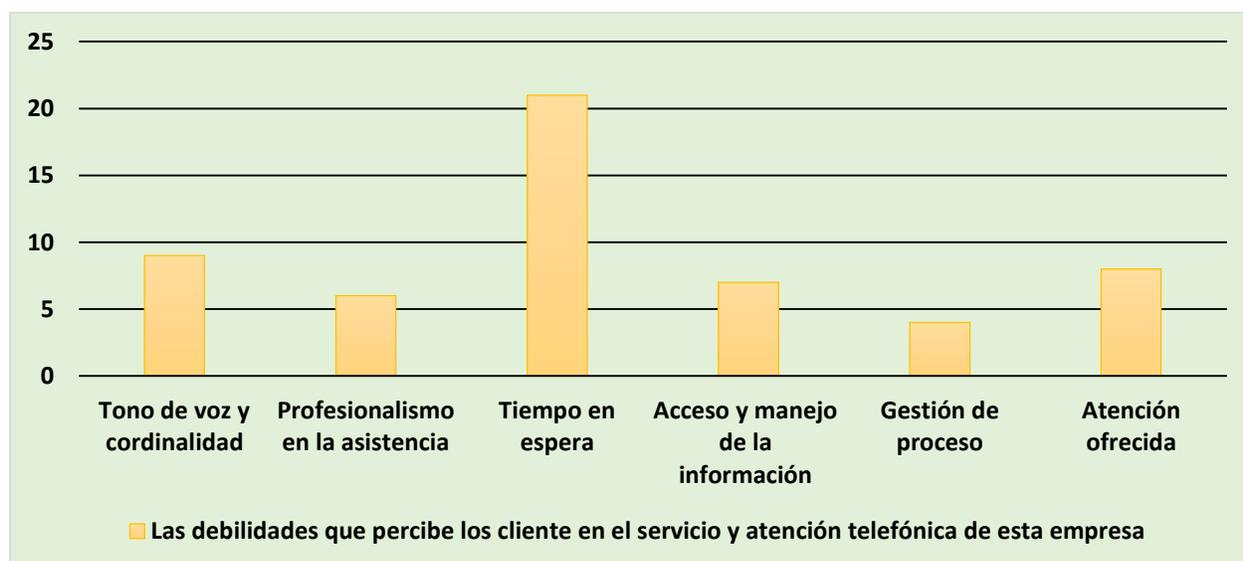
Tabla No. 9

Opciones	Frecuencia	%
Tono de voz y cordialidad	9	16%
Profesionalismo	6	11%
Tiempo en espera	21	38%
manejo de la información	7	13%
Gestión de proceso	4	7%
Atención ofrecida	8	15%
Total	55	100%

Fuente: Pregunta No. 9 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, las debilidades que el cliente percibe en el servicio y atención a la cliente telefónica en esta empresa: **38%**, tiempo en espera; **16%**, tono de voz y cordialidad; **15%**, atención ofrecida; **13%**, acceso y manejo de la información; **11%**, profesionalismo en la asistencia; **7%**, gestión de proceso. Se evidencian como mayor debilidad en el servicio y atención al cliente telefónica de esta empresa es el tiempo de espera.

Grafica No. 9



Fuente: Tabla No. 9, pregunta No. 9 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez

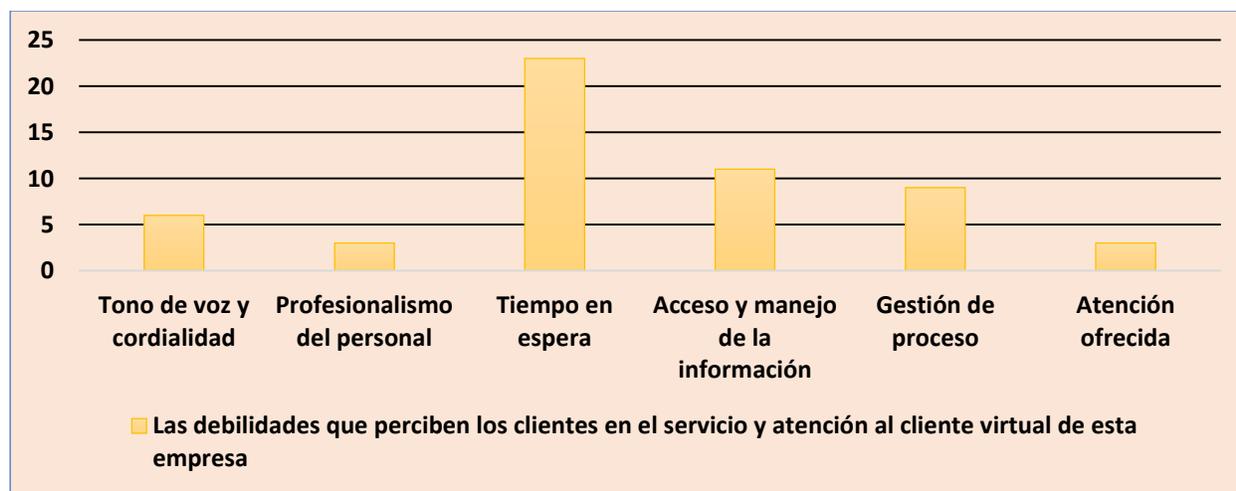
Tabla No. 10

Opciones	Frecuencia	%
Tono de voz y cordialidad	6	11%
Profesionalismo	3	5%
Tiempo en espera	23	42%
manejo de la información	11	21%
Gestión de proceso	9	16%
Atención ofrecida	3	5%
Total	55	100%

Fuente: Pregunta No. 10 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, las debilidades que el cliente percibe en el servicio y atención a la cliente virtual en esta empresa: **42%**, Tiempo en espera; **21%**, acceso y manejo de la información; **16%**, gestión de proceso; **11%**, tono de voz y cordialidad; **5%**, profesionalismo del personal; **5%**, atención ofrecida. Se evidencian como mayor debilidad que el cliente percibe es, el tiempo en espera y acceso y manejo de la información.

Grafica No. 10



Fuente: Tabla No. 10, pregunta No. 10 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

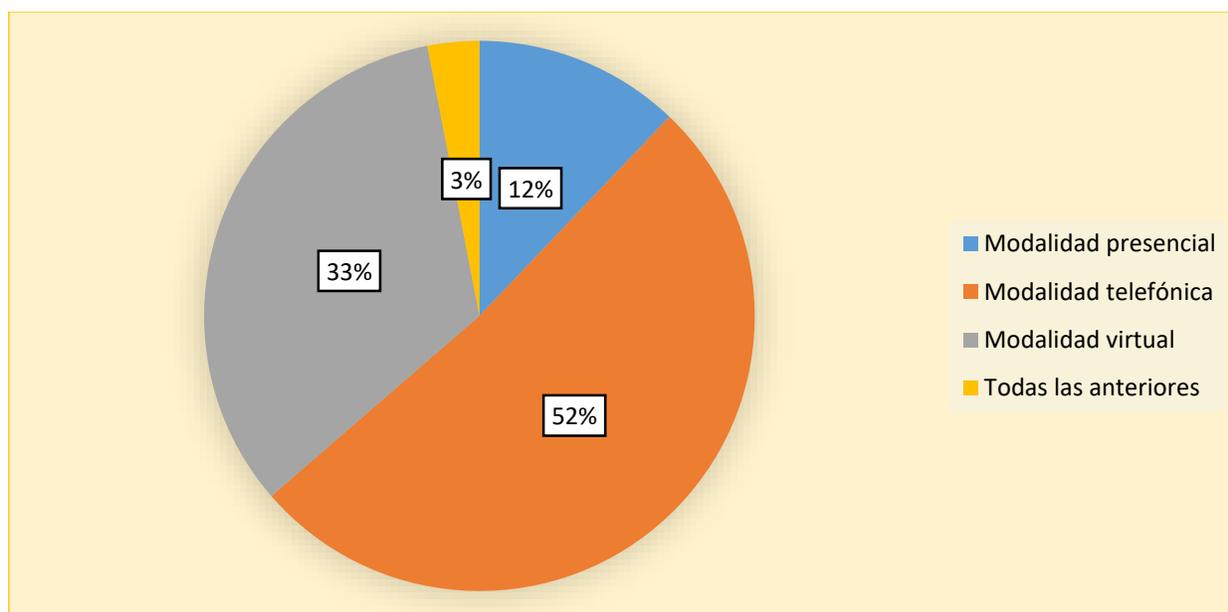
Tabla No. 11

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Modalidad	4	12%
Modalidad telefónica	17	52%
Modalidad virtual	11	33%
Todas las anteriores	1	3%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 11 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, las debilidades que más percibe el cliente de las modalidades que se muestran en la empresa: El **52%** son de las modalidades telefónica; el **33%** son de las modalidades virtual; el **12%** son de las modalidades presencial, y el **3%** consideran que todas las anteriores. Lo que evidencia mayores debilidades de las modalidades de la empresa son la telefónica y virtual.

Grafica No. 11



Fuente: Tabla No. 11, pregunta No. 11 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

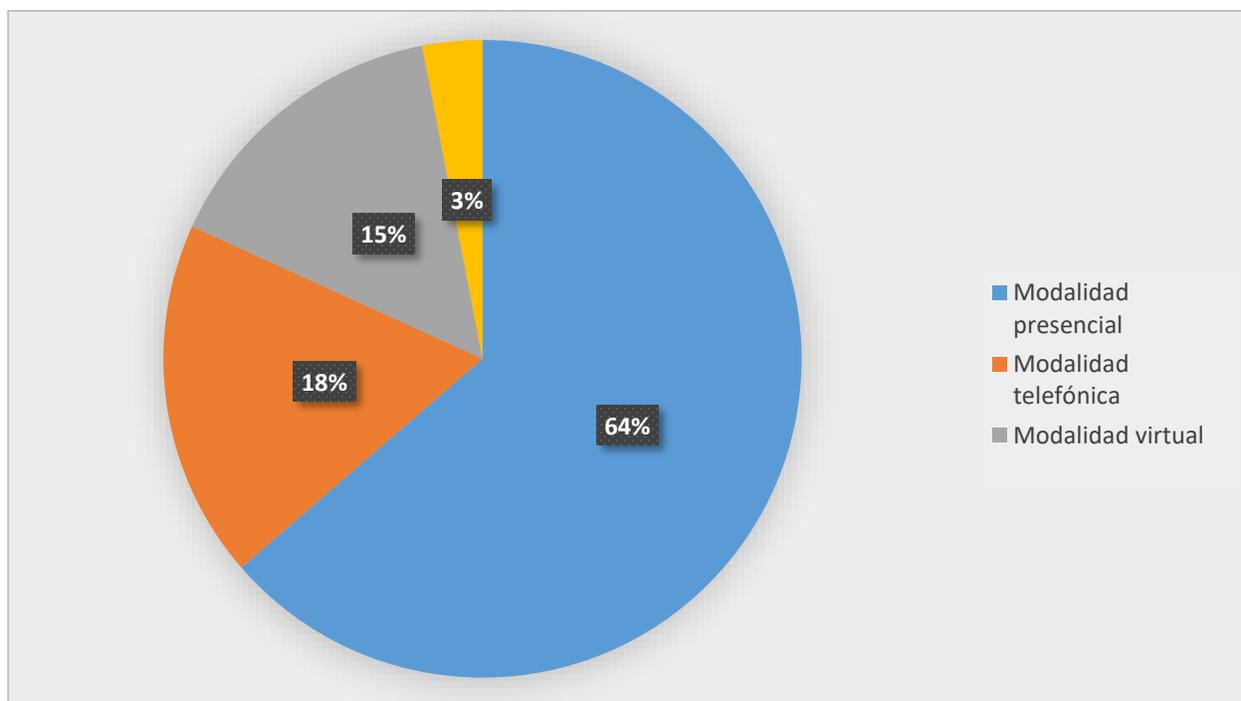
Tabla No. 12

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Modalidad presencial	21	64%
Modalidad telefónica	6	18%
Modalidad virtual	5	15%
Todas las anteriores	1	3%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 11 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerados, las modalidades de atención que el cliente más considera con mayor fortaleza en la empresa: el **64%** es la modalidad presencial; **18%** es la modalidad telefónica; **15%** es la modalidad virtual; y el **3%** es todas las anteriores. La evidencia con mayor fortaleza es la modalidad presencial.

Grafica No. 12



Fuente: Tabla No. 12, pregunta No. 12 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

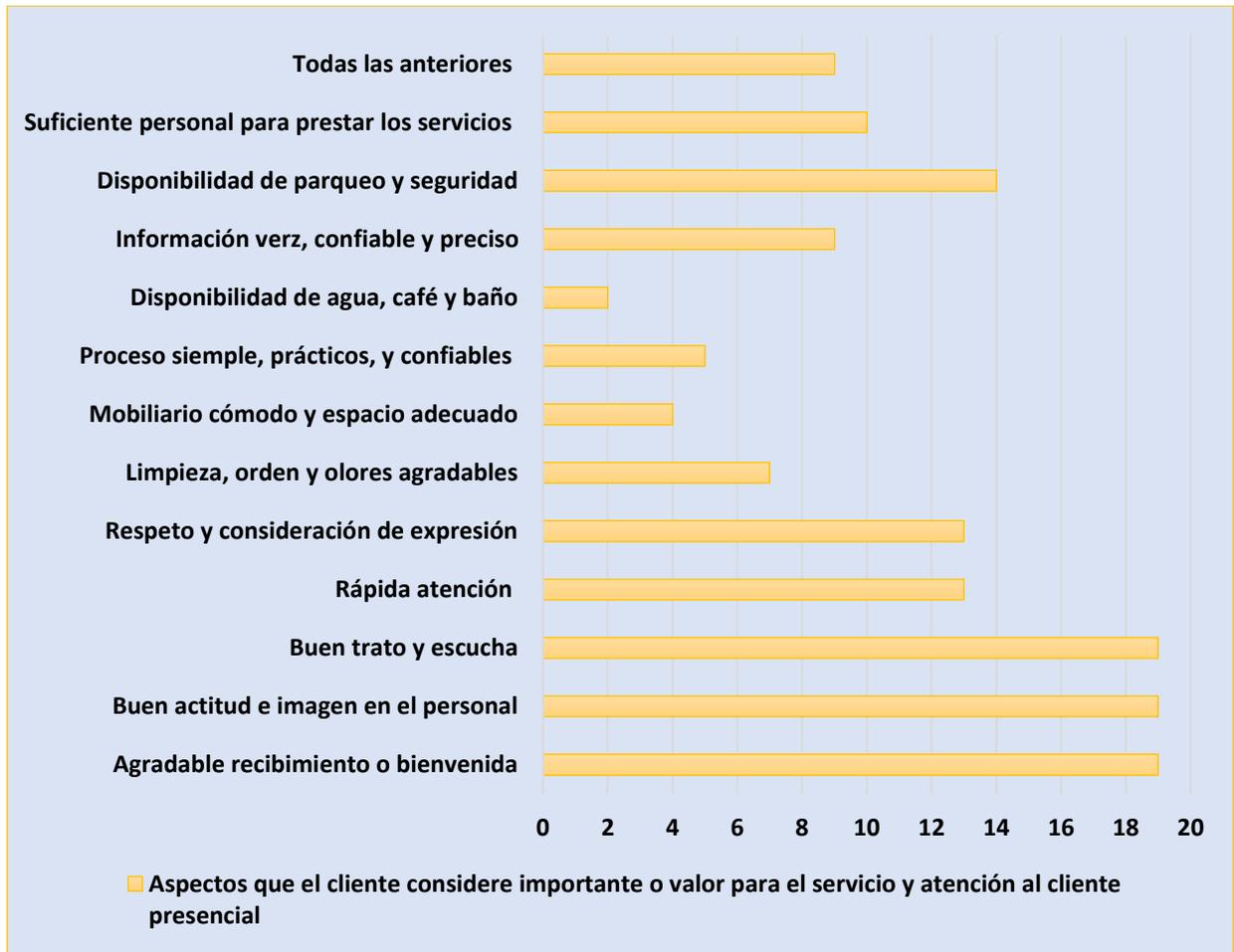
Tabla No. 13

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Agradable recibimiento	19	13%
Buena actitud e imagen	19	13%
Buen trato y escucha	19	13%
Rápida atención	13	9%
Respeto y consideración	13	9%
Limpieza, orden y olor	7	5%
Mobiliario y espacio cómodo	4	3%
Proceso simple, prácticos	5	4%
Disponibilidad de agua, café	2	2%
Información veraz, confiable y preciso	9	6%
Disponibilidad de parqueo y seguridad	14	10%
Suficiente personal para servicios	10	7%
Todas las anteriores	9	6%
Total	143	100%

Fuente: Pregunta No. 13 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, los aspectos más importante o valor para los clientes en el servicios y atención al cliente presencial: **13%**, agradable recibimiento o bienvenida; **13%**, buena actitud e imagen en el personal; **13%**, buen trato y escucha; **10%**, disponibilidad de parqueo y seguridad; buen trato y escucha; **9%**, rápida atención; **9%**, respeto y consideración de expresión; **7%**, suficiente personal para prestar los servicios; **6%**, información veraz, confiable y preciso; **6%**, todas las anteriores; **5%**, limpieza, orden y olores agradables; **4%**, proceso siempre, prácticos, y confiables; **3%**, mobiliario cómodo y espacio adecuado; **2%**, disponibilidad de agua, café y baño. La evidencia más importante para los clientes en el servicio y atención al cliente es, agradable recibimiento o bienvenida, buena actitud e imagen en el personal, buen trato y escucha, disponibilidad de parqueo y seguridad.

Grafica No. 13



Fuente: Tabla No. 13, pregunta No. 13 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

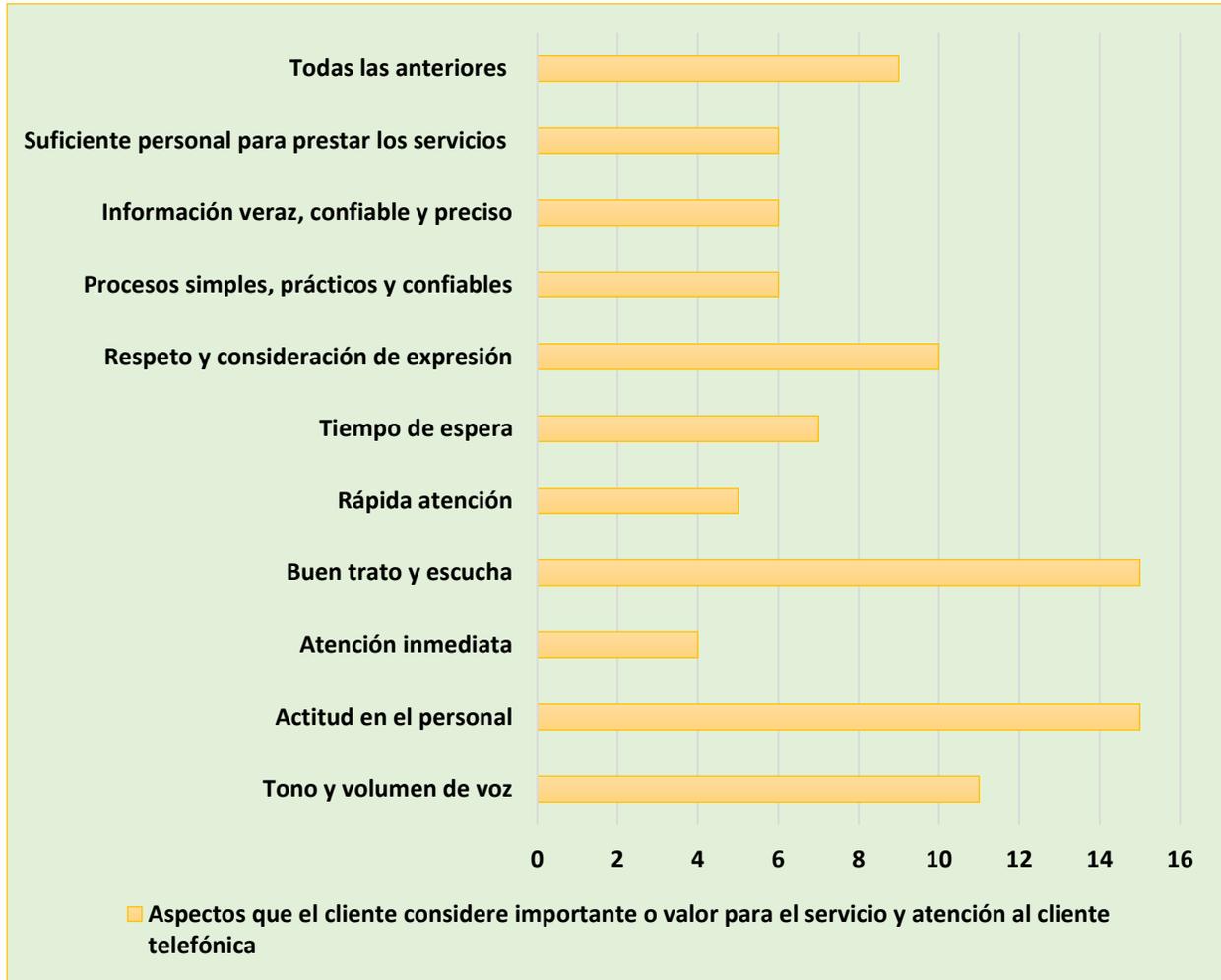
Tabla No. 14

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tono y volumen de voz	11	12%
Actitud en el personal	15	16%
Atención inmediata	4	4%
Buen trato y escucha	15	16%
Rápida atención	5	5%
Tiempo de espera	7	8%
Respeto y consideración	10	11%
Procesos simples, prácticos	6	6%
Información veraz, confiable	6	6%
Suficiente personal para servicios	6	6%
Todas las anteriores	9	10%
Total	94	100%

Fuente: Pregunta No. 14 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, los aspectos más importante o valor para los clientes en el servicios y atención al cliente telefónica: **16%**, buen trato y escucha; **16%**, actitud en el personal; **12%**, tono y volumen de voz; **11%**, respeto y consideración de expresión; **10%**, todas las anteriores; **8%**, tiempo de espera; **6%**, procesos simples, prácticos y confiables; **6%**, información veraz, confiable y preciso; **6%**, suficiente personal para prestar los servicios; **5%**, rápida atención; **4%**, atención inmediata. Lo que evidencia más importante en el servicio y atención al cliente telefónico es, buen trato y escucha, actitud en el personal, tono y volumen de voz, respeto y consideración de expresión.

Grafica No. 14



Fuente: Tabla No. 14, pregunta No. 14 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

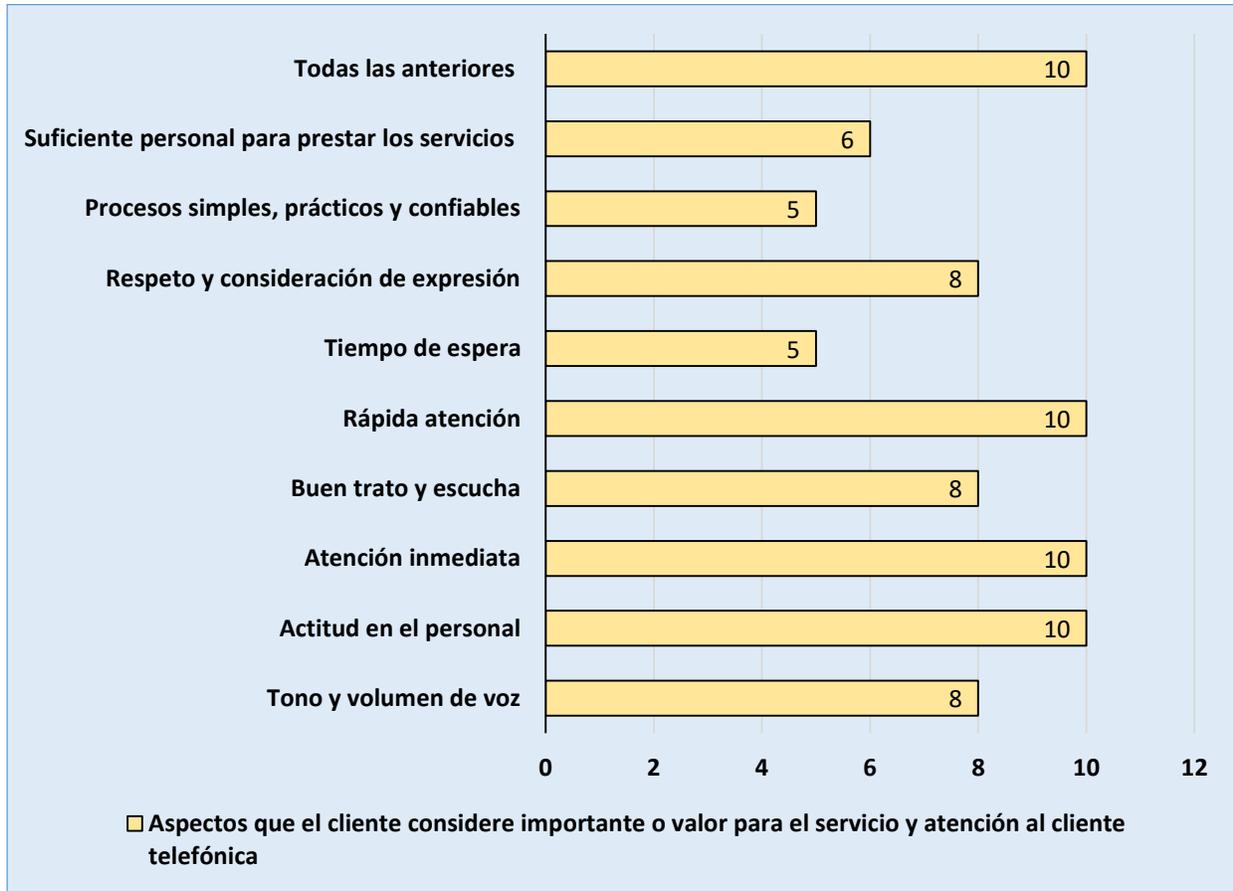
Tabla No. 15

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tono y volumen de voz	8	8%
Actitud en el personal	10	14%
Atención inmediata	10	14%
Buen trato y escucha	8	8%
Rápida atención	10	14%
Tiempo de espera	5	6%
Respeto y consideración	8	8%
Procesos simples, prácticos	5	6%
Suficiente personal para servicios	6	8%
Todas las anteriores	10	14%
Total	80	100%

Fuente: Pregunta No. 15 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, los aspectos más importante o valor para los clientes en el servicios y atención al cliente virtual: **14%**, actitud en el personal; **14%**, atención inmediata; **14%**, rápida atención; **14%**, todas las anteriores; **8%**, tono y volumen de voz; **8%**, buen trato y escucha; **8%**, respeto y consideración de expresión; **8%**, suficiente personal para prestar los servicios; **6%**, Tiempo de espera; **6%**, procesos simples. La evidencia más importante en servicio y atención virtual es, actitud en el personal, atención inmediata, rápida atención y todas las anteriores.

Grafica No. 15



Fuente: Tabla No. 15, pregunta No. 15 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

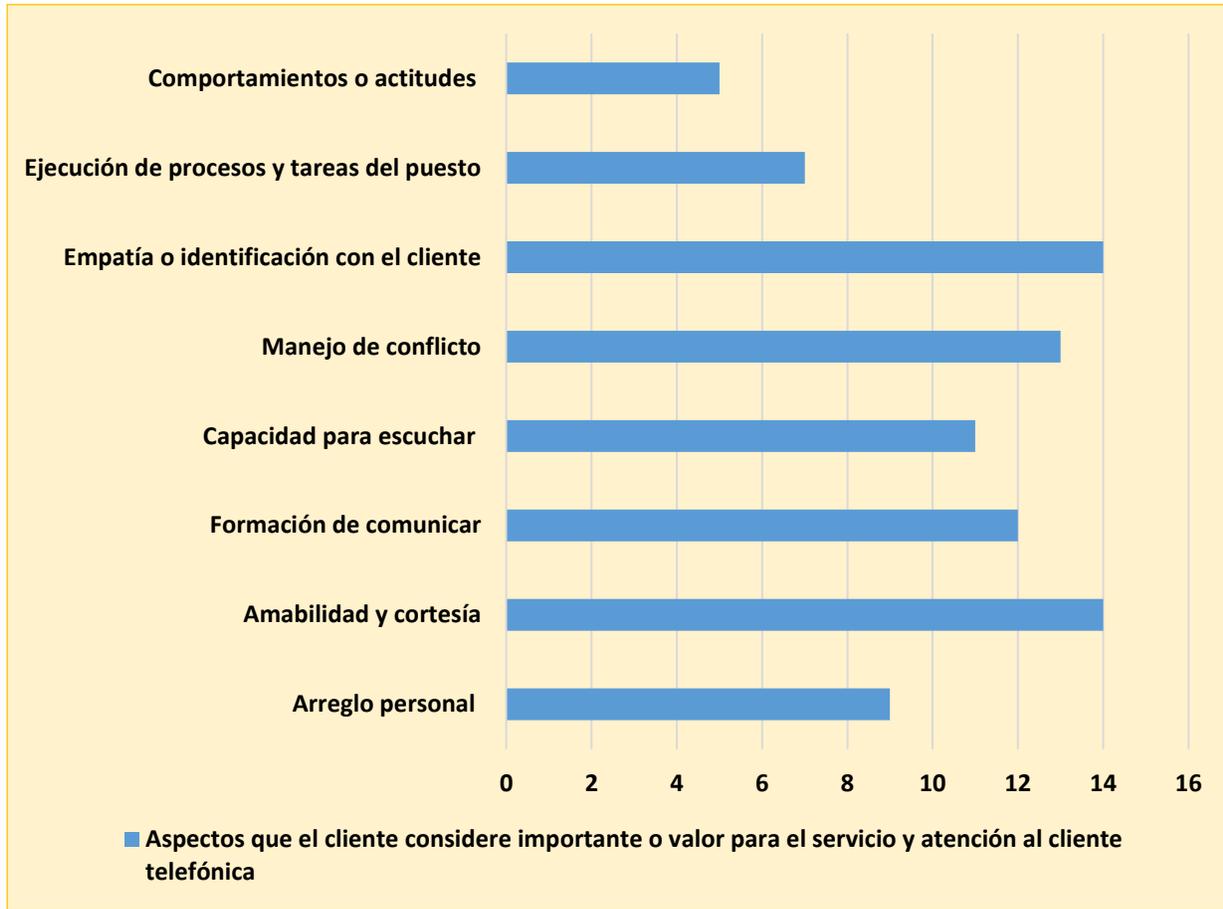
Tabla No. 16

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Arreglo personal	9	11%
Amabilidad y cortesía	14	16%
Forma de comunicar	12	14%
Capacidad para escuchar	11	13%
Manejo de conflicto	13	15%
Empatía o identificación con el cliente	14	16%
Ejecución de procesos y tareas del puesto	7	9%
Comportamiento o actitudes	5	6%
Total	85	100%

Fuente: Pregunta No. 16 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado, los aspectos que el cliente considera que deben ser mejorado en los proveedores o colaboradores que ofrecen servicio y atención al cliente en la empresa: **16%**, amabilidad y cortesía; **16%**, empatía o identificación con el cliente; **15%**, manejo de conflicto; **14%**, formación de comunicar; **13%**, capacidad para escuchar; **11%**, arreglo personal; **9%**, ejecución de procesos y tareas del puesto; **6%**, comportamiento o actitudes. Lo que evidencia es que el cliente considera importante es, amabilidad y cortesía, empatía o identificación con el cliente, manejo de conflicto.

Grafica No. 16



Fuente: Tabla No. 16, pregunta No. 16 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

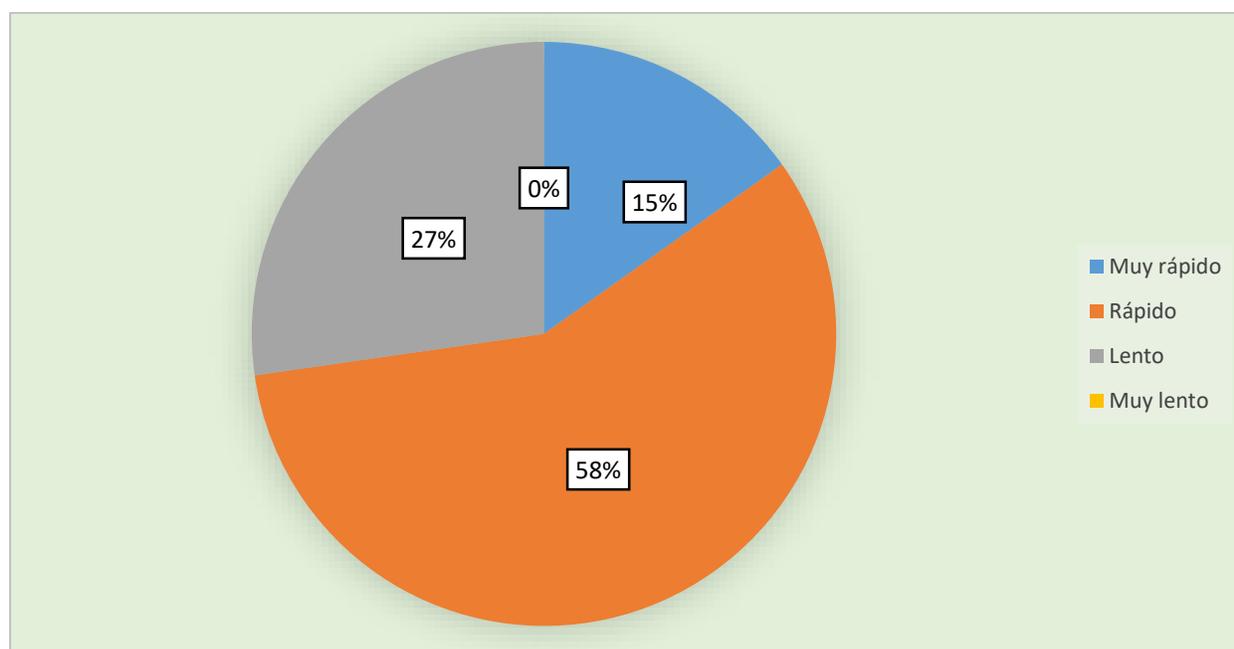
Tabla No. 17

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy rápido	5	15%
Rápido	19	58%
Lento	9	27%
Muy lento	0	0%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 17 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado de cómo evalúa los clientes en el proceso que maneja la empresa: **58%**, es rápido; **27%**, se maneja lento; **15%** es muy rápido. Lo que evidencia mayor participación de los clientes es que la gestión es rápida.

Grafica No. 17



Fuente: Tabla No. 17, pregunta No. 17 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

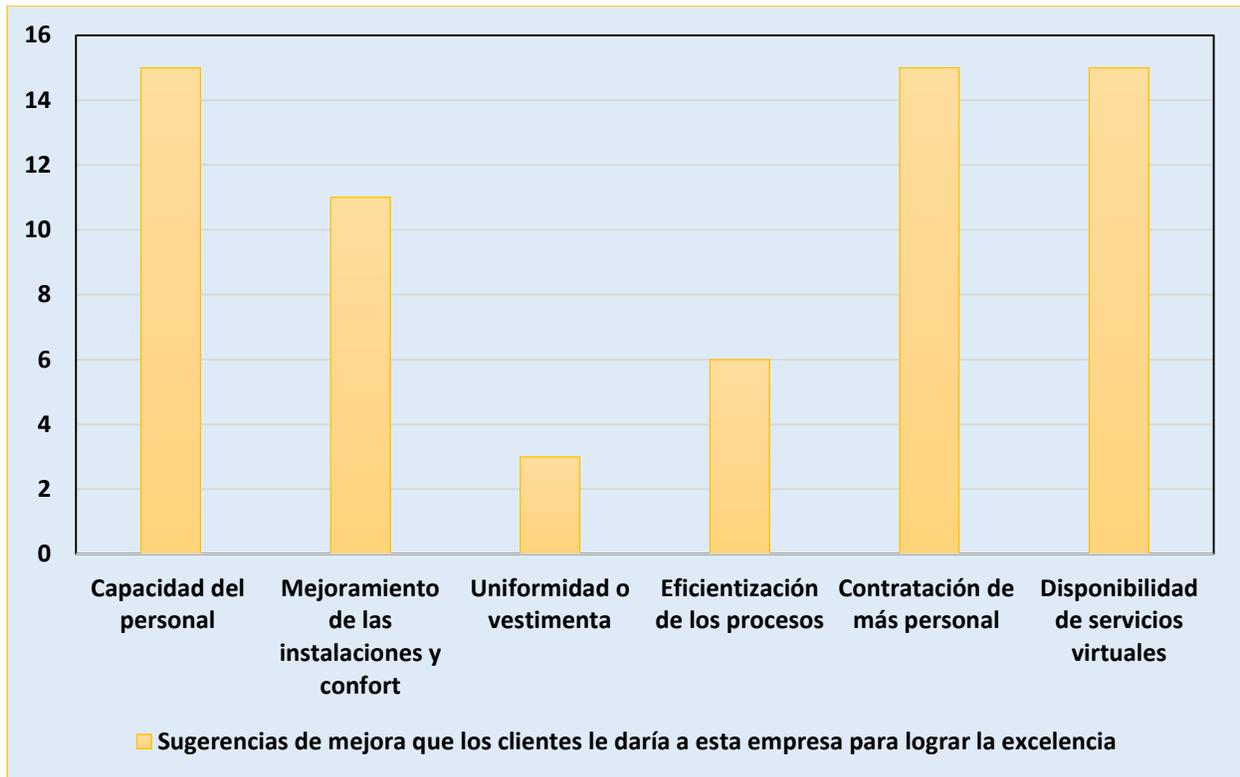
Tabla No. 18

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación del personal	15	23%
Mejoramiento de las instalaciones	11	17%
Uniformidad o vestimenta	3	5%
Eficientización de los procesos	6	9%
Contratación de más personal	15	23%
Disponibilidad de servicios virtuales	15	23%
Total	65	100%

Fuente: Pregunta No. 18 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado de las sugerencias de mejorar por los clientes que le daría a la empresa para lograr la excelencia: **23%**, capacidad del personal; **23%**, contratación de más personal; **23%**, disponibilidad de servicios virtuales; **17%**, mejoramiento de las instalaciones y confort; **9%**, eficientización de los procesos; **5%**, uniformidad o vestimenta. Lo que evidencia más importante es, capacidad de personal, contratación de más personal, disponibilidad de servicios virtuales.

Grafica No. 18



Fuente: Tabla No. 18, pregunta No. 18 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness. Nota: En esta pregunta el encuestado podía escoger varias opciones a la vez.

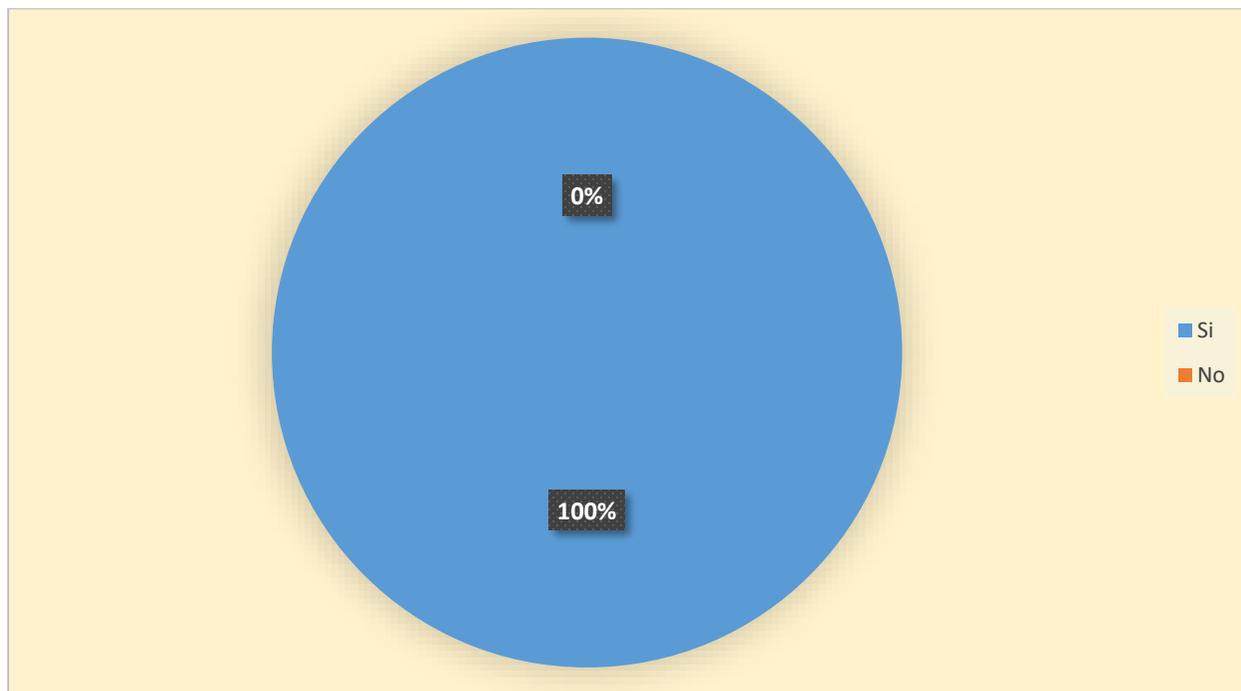
Tabla No. 19

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	100%
No	0	0%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 19 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado que la empresa debe contar con los protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente: el **100%** de los clientes votaron que sí. Lo que evidencia mayor participación es que la empresa debe contar con los protocolos establecidos.

Grafica No. 19



Fuente: Tabla No. 19, pregunta No. 19 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

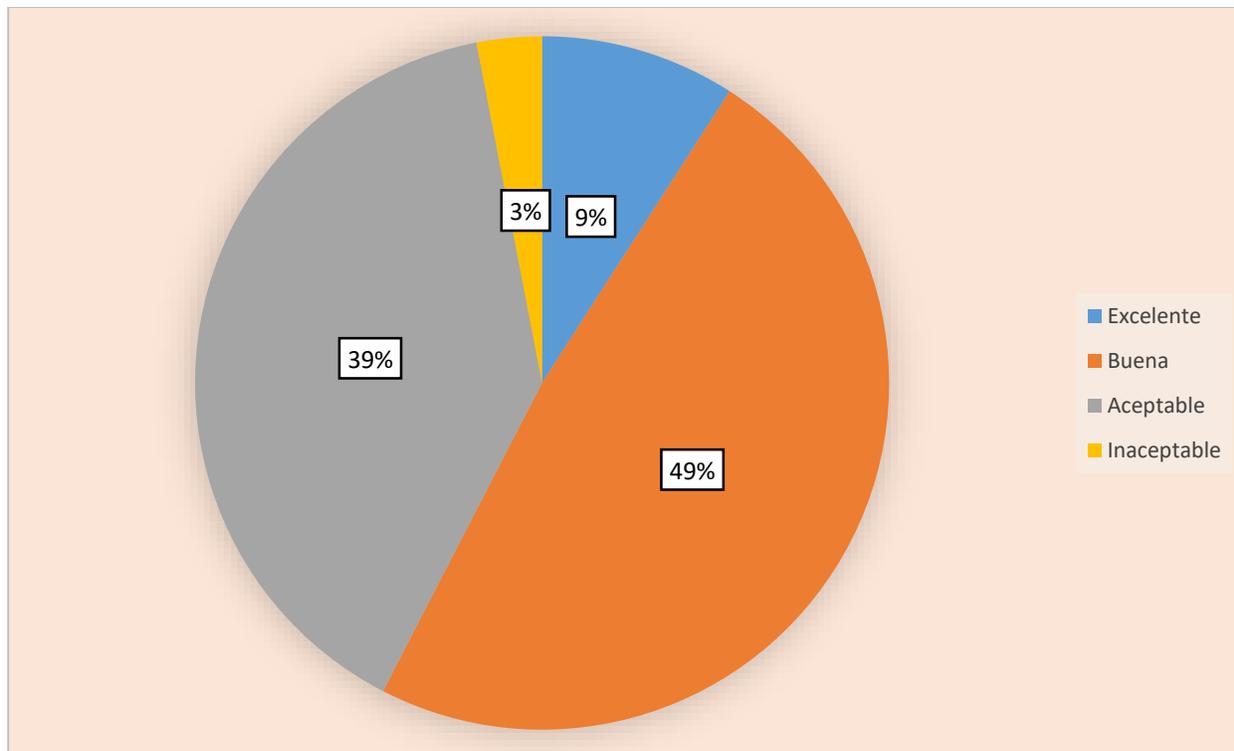
Tabla No. 20

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	9%
Buena	16	49%
Aceptable	13	39%
Inaceptable	1	3%
Total	33	100%

Fuente: Pregunta No. 20 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

De acuerdo con la encuesta aplicada por la empresa privada educativa Kid's Fitness, se pueden presentar los siguientes resultados considerado que el nivel de satisfacción actual con los servicios y atención ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades: el 49%, es buena; el 39%, es aceptable; 9%, es excelente; y el 3%, es inaceptable. Lo que evidencia mayor nivel de satisfacción.

Grafica No. 20



Fuente: Tabla No. 20, pregunta No. 20 de la encuesta aplicada por los clientes de la empresa educativa privada Kid's Fitness.

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

Para la creación de un buen perfil de proveedor de servicio y atención al cliente en la empresa, tomamos en cuenta las capacidades y conocimientos que puede tener un futuro proveedor de servicio, como puede ser; los conocimientos del área de servicio al cliente, formación universitaria, manejo de computadoras y centrales telefónicas, buen léxico para hablar y conversar al igual que de tener la confianza para dirigirse a un cliente.

También, se toma en cuenta la actitud que deben tener los perfiles como requerimiento en la empresa; ser disciplinado, estudiamos, amable con el cliente, empático en la hora de escuchar y entender al cliente. El proveedor debe ser seguro y confiado de sí mismo, porque representa seguridad en las informaciones que ofrecerán al cliente, además tener capacidad de relacionarse con los demás; igualmente tener buenas relaciones humanas, manejo de conflictos y colaboraciones e iniciativas.

El proveedor tendrá que desarrollar competencias procedimentales; estas habilidades que debe desarrollar para realizar las funciones y tareas con mayor seguridad, confianza y rapidez. Capacidad para gestionar los procesos correspondientes de manera eficiente. Habilidad para tomar decisiones. Mostrar organización y aplicar procesos con eficiencia y eficacia. También, cumplir con las políticas y normativas organizacionales.

En este diseño de perfiles pudimos aplicarlo en las diferentes modalidades que son; presenciales, telefónicos y virtuales. Cada modalidad debe tener diferentes proveedores de servicios que apliquen las responsabilidades y requerimientos que siguen estos perfiles.

Un buen perfil de un proveedor de servicio y atención al cliente, se caracteriza por mantener una buena imagen en el mercado, que cumpla con los requisitos y responsabilidades que el cliente desea en la hora que adquiera uno de sus productos y servicios con la mejor calidad ya buen precio, con el fin de satisfacer sus necesidades

Los aspectos importantes que los clientes le dan de mucho valor al servicio y atención al cliente, es el recibimiento que le ofrecen los representantes, el buen trato y la escucha activa, el respeto y consideración de expresión, al igual que las actitudes y confianza que le pueden brindar en sus servicios, por eso mejorar la expectativa y experiencia del cliente

y crear una fidelidad ante la empresa y el consumidor es tan importante.

Las percepciones que tienen los clientes en las gestiones de procesos que maneja la empresa, la mayoría entiende que su proceso es normal, no es rápida ni lenta. Como expectativa que la empresa espera, es mejorar la calidad del servicio y la capacitación del personal, porque de ahí vienen las debilidades. Para finalizar, los clientes consideran que la empresa debe tener un protocolo que garantice la oferta de servicio y atención al cliente, para mejorar la calidad y la imagen de la empresa.

4.5 Elaboración de protocolos de servicio y atención al cliente.

Los protocolos de servicios y atención al cliente, son conductas y disciplinas que el empleado debe emplear durante el ambiente laboral y son responsable de ellos cumplirlos, por esta razón, el proveedor tiene que seguir y cumplir como normas disciplinarias en la empresa con el fin de mostrar una buena imagen al mercado. Estos son los protocolos que la empresa debe seguir:

La bienvenida y recepción del cliente: Para tener una buena bienvenida a los clientes, se debe tener una buena instalación adecuada y acondicionados, por ejemplo; Higiene, organización, buen estado, olores agradables, confort, señalizaciones y música agradables, al igual que los asientos este en buen estado. También, podemos agregar, el saludo con entusiasmo y carisma; saludar con buenos días o tardes dependiendo de la hora, con una sonrisa y alegría para el cliente.

Otro protocolo, la autopresentación de parte de los proveedores de servicios: Mantener una buena imagen, vestimenta y corte de pelo formal, aromas agradables, identificación de carnet de la empresa. Tener seguridad y confianza a la hora de comunicar, comunicación asertiva y cortesía. Por último, brindar el servicio extra; Ofrecer agua o café.

Atención y sondeo al cliente: para tener un buen protocolo, necesitamos que los representantes de servicio pregunten por el nombre del cliente, así conocerá quien se dirige. También, preguntar ¿cómo se siente el cliente hoy?, al preguntar esto el cliente

sentirá amabilidad de parte de proveedor. Por último, preguntar ¿cuál es el motivo de su visita?, al preguntar esto, podemos ayudar el cliente.

Gestión del servicio: En este protocolo, debemos identificar las necesidades de los clientes, para esto debemos preguntarle al cliente de forma amable que desea o que solicita. El otro protocolo y el último, es ofrecerles las informaciones deseadas, por ejemplo; guiar o indicar las informaciones de la empresa, servicios, actividades, asesorías y más.

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

Para el seguimiento de las creaciones de los perfiles y protocolos hacia los proveedores, se llevará a cabo políticas y estrategias claves para la empresa en la parte de servicio y atención al cliente. El objetivo de estas políticas y estrategias que se debe aplicar en la empresa, es para promover la coherencia y todas las interacciones que puede aportar como soporte y herramienta efectiva para que los representantes de servicios al cliente cumplan con las expectativas y necesidades de los usuarios.

Las políticas que siguieron en la elaboración se tomaron en cuenta las tres modalidades presentes en la empresa; presencial, telefónica y virtual. Cada una de estas políticas deberá cumplir los miembros de la empresa como obligación para llevar la integridad e imagen dentro de la empresa. Podemos destacar que cada política se tuvo en consideración las actitudes de cada empleado de cómo debe mostrar a los clientes, la buena imagen, las correspondencias deben asumir hacia los clientes, los saludos cordiales y respetuosos, las higienes, responsabilidades, las gestiones de informaciones y servicios que deben hacer y por último, brindar y ofrecer la calidad y el servicio atendido de cada cliente.

4.7 Diagramación o creación del manual digital.

Para realizar la creación del manual corporativo digital de este proyecto de la empresa Kid's Fitness, lo que hicimos como equipo fue dividir los temas importantes de este proyecto y asumiendo las responsabilidades que conlleva el manual. Luego de asumir

las responsabilidades de este manual que conllevo a realizarlo, tuvimos que analizar e investigar los conceptos y principales características de un buen servicio y atención al cliente.

Después de analizar e investigar las características de servicio y atención al cliente, iniciamos nuestra elaboración del manual. A continuación, detallaremos la diagramación del manual digital y estos fueron:

- La portada de manual: en la portada de este manual, insertamos una imagen principal donde se representa una maestra dando clases a niños de 5 años, la cual simboliza la actividad que realizan la empresa. Luego el tema principal del proyecto; también el logo y eslogan de la empresa, para terminar la portada usamos los colores negro y azul a grisáceo.
- Contraportada: la contraportada de este manual muestra la presentación de los autores, la fecha de edición del manual.
- Explicación de la marca, sus historias, la misión, visión y valores de la empresa como identidad e imagen que representa la organización.
- Colores corporativos: Especificar los colores corporativos a través de colores directos, han de reflejarse en cualquier manual de identidad corporativa.
- Tipografía: cada tipográfica que se usó en el manual fue manejado por las introducciones y guías de nuestra facilitadora, dando formato a las letras y tamaño como; Arial 12.
- Las imágenes y logotipos: cada imagen y logotipo se complementa a los temas y definiciones que representa al manual. Las imágenes se descargaron en línea y aplicaciones móviles para obtener el documento. Todas las imágenes y logotipos presentaban las acciones que debe mostrar un proveedor de servicio.

Conclusión.

Para culminar este manual corporativo de la implementación de mejorar del servicio y atención al cliente y conforme a las actividades definidas en estas secciones que se analizará e implementará, para la mejora del servicio al cliente en una empresa educativa,

terapéutica y desarrollo físico, como es Kid's Fitness, podemos resumir los siguientes elementos:

El servicio al cliente es una actividad de las empresas que va desde la función del cliente y el empleado para darle información de alguna duda o necesidad que este tenga. Un buen servicio al cliente se traduce en credibilidad y percepción de marca.

Cuanto más presente estés en la vida de quienes te compran de forma positiva, más crecerá tu comunidad. Una atención al cliente ineficaz, por otro lado, genera un efecto contrario y muchas veces nocivo para los negocios. Para la mejorar de un perfil proveedor de servicio y atención al cliente, sé debe analizar los factores adecuados que describe un buen proveedor de servicio en el mercado de hoy en día, que cada vez están más exigente y demandante.

Kid's Fitness, creará un manual que mejorará los perfiles de los proveedores de servicios y atención al cliente en las tres modalidades; presencial, telefónica y virtual, con el objetivo de garantizar a la calidad y el servicio que les ofrece la empresa a sus usuarios.

En el protocolo de servicio al cliente debe incluir un plan de contingencia, en caso de que se presenten este tipo de situaciones. Por ejemplo, comunicar al cliente con un área técnica especializada o darle seguimiento posterior, de acuerdo con las posibilidades de tu empresa, con el objetivo de resolver lo antes posible cualquier eventualidad.

Las políticas de servicio y atención al cliente en Kid's Fitness, tiene un objetivo y es crear un manual de reglas de conductas internas en la empresa, para disciplinar y regir el comportamiento de cada uno de los miembros de la empresa, con el fin de asegurar la integridad de la empresa. La diagramación de este manual se desarrolló conforme a una planeación donde se comenzó analizando e investigando las situaciones y características en la empresa, y después usando los elementos que se realizar para complementar el manual corporativa, como son; la portada, contraportada, la explicación de la marca, valores, visiones, misiones, historia de la empresa, la tipografía, imágenes y logotipo y por último, los soportes y aplicaciones que se utilizaron en este manual.

Bibliografías.

- Centro educativo Kid's Fitness. (1 noviembre del 2022). Muy pronto, apertura de Kid's Fitness, Locutores 58, Santo Domingo 10147. Página web: <https://www.kidsfitness.cc/>
- Héctor Marcos Pérez Feijoo. (2013). Comunicación y atención al cliente. Sacado en web:
file:///C:/Users/TIRSON%20MEJIA/OneDrive/Escritorio/Curso%20Final%20de%20Grado/Modulo%201/Comunicaci%C3%B3n%20y%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20(Feijoo%20H.)%20(z-lib.org).pdf
- Experiencia del cliente. QuestionPro:
file:///C:/Users/TIRSON%20MEJIA/OneDrive/Escritorio/Curso%20Final%20de%20Grado/Modulo%201/EXPERIENCIA%20DEL%20CLIENTE.pdf
- Isaza, J. J. (2016). Grandes debilidades comunes del servicio a los clientes.
- Risco, r. d. (2015). Grandes debilidades de servicio y atención a los clientes de empresas dominicanas.
- Funciones del departamento de atención al cliente. (2022). editorial de Indeed.
- Douglas da Silva. 18 agosto 2020
- Daniella Terreros. Servicio al cliente virtual. Hubspot:
<https://blog.hubspot.es/service/tipos-servicio-cliente#:~:text=Presencial%20es%20cuando%20un%20asesor,del%20personal%20de%20la%20empresa>
- Esneca business school. (Abr 15, 2019). Creación de protocolo. Sacada de la web:
<https://www.esneca.com/blog/disenar-protocolo-empresarial/#:~:text=Como%20decimos%20el%20protocolo%20de,imagen%20o%20su%20cultura%20social.>
- Alejandro Vázquez. (enero 30, 2018). Creación de las políticas en la empresa. Sacada en la web: <https://emprendepyme.net/como-crear-las-politicas-de-una-empresa.html>.

Anexos.

Anexo 1: Perfiles de los autores:



Tirson Alexy Mejía Torres.

Mi nombre Tirson Alexy Mejía Torres, nací el 17 de septiembre del 1996 en la provincia de la romana. Soy el primogénito de mis padres; Tirson Alejandro Mejía Díaz y Marcia María Torres Miranda. Tengo dos hermanos varones; Edwin Mejía y Adonis Mejía.

En mi primera etapa de mi niñez, mis padres y mis hermanos vivíamos en San Pedro de Macorís y en esos años hubo un acontecimiento muy triste en nuestra familia y era la perdida de nuestro padre, y en ese entonces, nos mudamos en la provincia de Santo Domingo, en el municipio de Guerra donde vivía nuestros abuelos de aparte de nuestra madre. Mi madre y mis abuelos nos críos con una educación humilde y una cultura familiar con muchos valores, la cual nos hizo ser persona trabajadores y amables para sociedad, y de esta manera, mis hermanos y yo nos propusimos en cumplir nuestros sueños que es, ayudar a nuestra madre que siempre tuvo ahí con nosotros.

Durante mi adolescencia, siempre me gustó la idea de tener mi propio negocio en un futuro y para eso debería aprender conocimiento y estrategia para poder iniciar un negocio, y de ahí fue que inicie mis estudios de administración de empresa con la ayuda y los servicios que me ofrecieron la universidad UAPA, para permitir en desarrollarme y fortalecerme las habilidades que se necesita un buen administrador.

Mi mayor sueño es tener mi propio negocio y seguir estudiando continuamente en mi carrera, ya que en la vida de un negociante debe pasar por etapa y evolución, por las demandas que ofrece el mercado, y para esto hay que estar preparado para la batalla.

Para este proyecto de grado, es muy importante para mí y a para mi equipo de estudio, porque nos propusimos a trabajar junto para este proyecto de mejorar de servicio y atención al cliente, y aprendimos a investigar y analizar las posibles debilidades que puede presentar en una empresa de servicio, al igual que sacar las posibles fortalezas que puede presentar.

También, de la importancia y poder que tiene el servicio y atención al cliente para cualquier empresa, ya que son la clave del éxito para conquistar el mercado. Cogimos una empresa educativa privada, que realiza educación y terapia tanto conductuales como física, y queríamos aportar a este proyecto en mejorar e innovar los servicios de los clientes con el propósito de que la empresa mantenga una buena imagen en el mercado.

Wildinson Rafael rosario de la Rosa.



Wildinson Rafael rosario de la Rosa, nació en Santiago el 25 de agosto del 1997, Rafael rosario y Aracelis de la rosa, hijo mayor, actualmente tiene 4 hermanos ellos son Wellington Rafael rosario, Laura Rosario de la Rosa, Marienny Rosario de la rosa y Arlenys Rosario de la Rosa.

Elegí esta carrera porque desde pequeño me he dedicado al comercio ósea a las ventas con mis padres y es algo que me gusta brindarle el mejor servicio a los clientes y la mejor atención siempre

con una sonrisa y con un trato amable hacia las demás personas.

Y este logro quiero dedicármelo especialmente a mí por todas las altas y bajas que he tenido en la vida, por nunca rendirme y siempre dar lo mejor de mí sin importar las situaciones que se me presentaron en el transcurso de la vida y por último la llegada de la pandemia.

Este proyecto es muy importante, ya que con esto he aprendido a mejorar al brindarle mis servicios a los clientes ya sea semipresencial, virtual o telefonía. La importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.

Un buen servicio al cliente se traduce en credibilidad y percepción de marca. Cuanto más presente estés en la vida de quienes te compran de forma positiva, más crecerá tu comunidad. Una atención al cliente ineficaz, por otro lado, genera un efecto contrario y muchas veces nocivo para los negocios.

Es muy importante brindarle un buen servicio al cliente que no sea solamente en responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez.



Wanda Bienvenida Espino de la Rosa.

Wanda Bienvenida Espino de la Rosa, nacida el 27 de agosto de 1996 en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana. Hija de Juan Carlos Espino Manzanillo residente en Estados Unidos y Bienvenida De La Rosa residente en

Monte Plata, la cuarta de cinco hijos maternos (Henri, Madelin, Yordania y Wandel) la primera de tres hijos paternos (Angelo y Valerie).

Realizo la escuela primaria en Pantaleón Castillo, Bayaguana provincia Monte Plata y los estudios secundarios en el colegio Luz de oriente, Santo domingo. Estudiante de término de administración de empresas en la universidad abierta para adultos (UAPA). Actualmente se desempeña como secretaria ejecutiva en el ayuntamiento de santo domingo este (ASDE), puesto de trabajo que fue logrado gracias al buen desempeño mostrado durante la pasantía otorgada por la universidad en la misma institución.

Elegí estudiar administración de empresas con el gran sueño de tener una vida económica y profesionalmente mejor y finalmente tras mucho esfuerzo y perseverancia poder crear, manejar y administrar mi propia empresa que a mi pensar es el sueño y la meta de todo administrador.

Me decante entre todas las universidades por la universidad abierta para adultos (UAPA) porque había escuchado buenos comentarios sobre la educación a distancia y sobre la misma universidad además de que me permitió y me daba la opción de elegir entre la modalidad virtual y la modalidad semipresencial lo que me permitió trabajar para poder costear tanto mi vida personal como mi vida estudiantil, algo que fue muy necesario ya que no conté con tanto apoyo económico sino que tuve que valerme por mi propio esfuerzo y trabajo.

La importancia de la realización de este proyecto más allá de lograr la graduación y culminación de mi carrera que es la meta final, me ha ayudado a cerrar o tapan algunos huecos que tenía vigentes tanto en la realización de actividades y tareas como en el

trabajo en equipo durante la práctica.

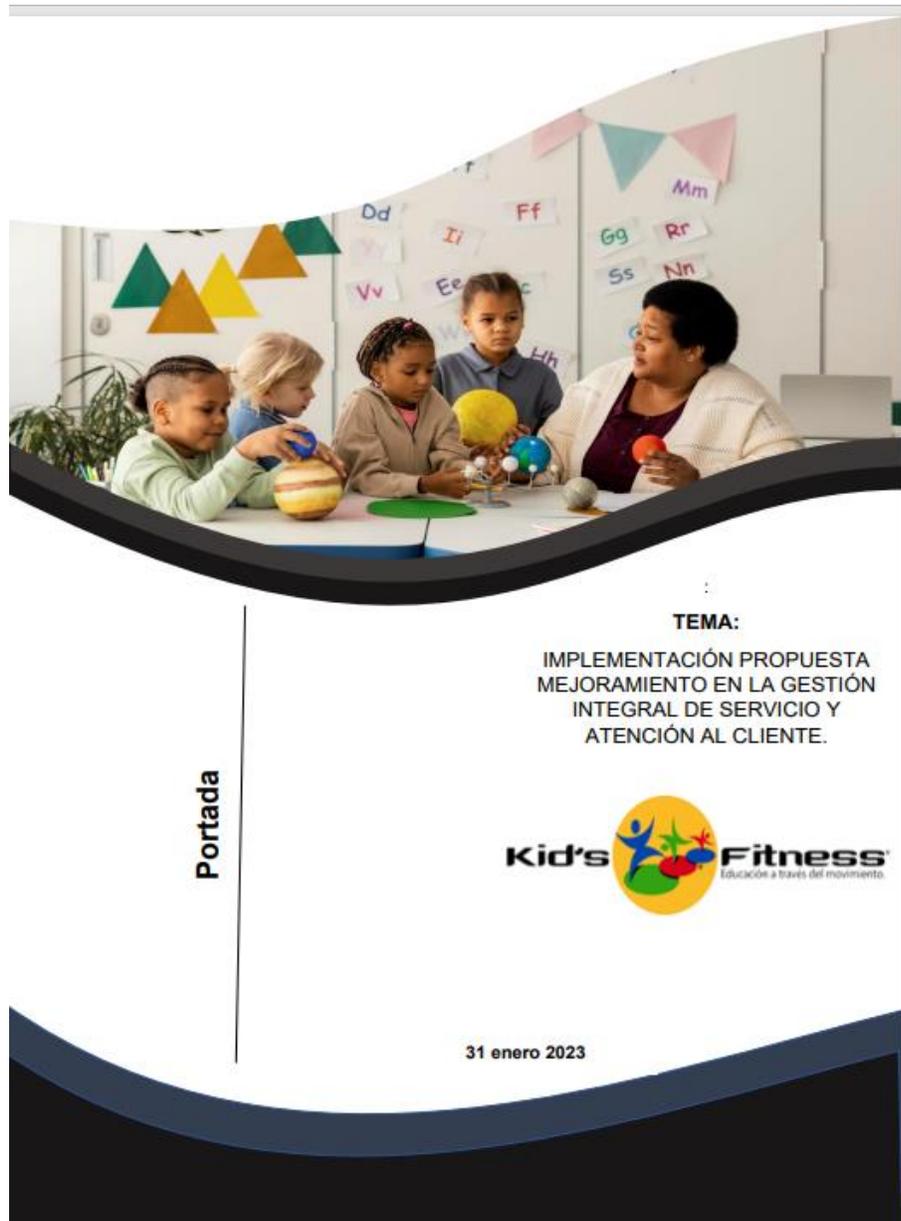
La empresa elegida por nuestro grupo para la realización de este proyecto me dejó muchas enseñanzas sobre lo importante que es el buen trato a un cliente y mucho más en el caso del centro Kid's Fitness que trabaja brindando servicios de actividades y programas a niños y adolescentes con diferentes condiciones, que requieren y necesitan toda la empatía y la paciencia que un adulto debe darle. Creo firmemente que gracias a la realización de este proyecto las debilidades que presenta el centro que han sido mencionadas y destacadas con anterioridad podrán ser trabajadas a profundidad y mejoradas día tras día hasta poder brindar un servicio y atención al cliente de excelencia y máxima calidad.

Anexo 2: Preguntas de encuesta.

1. Género
2. Nivel de ingresos.
3. Ocupación
4. Nivel de estudio.
5. Tiempo siendo cliente de Kid's Fitness
6. ¿Cuáles de las siguientes vías o medios de atención a utilizado en esta empresa hasta el momento?
7. ¿Cuáles de estas modalidades de atención utiliza con mayor frecuencia?
8. ¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente presencial de esta empresa?
9. ¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención a la cliente telefónica de esta empresa?
10. ¿Cuáles debilidades percibe usted en el servicio y atención al cliente virtual de esta empresa?
11. ¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más debilidades?
12. ¿Cuáles de estas modalidades de atención considera usted que presenta más fortalezas?
13. ¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente presencial?
14. ¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente telefónica?
15. ¿Cuáles aspectos considera de significativa importancia o valor para usted en el servicio y atención al cliente telefónica?
16. ¿Cuáles aspectos considera usted deben fortalecerse o mejorarse en los proveedores o colaborades que ofrecen servicio y atención al cliente en la empresa?
17. ¿Cómo evalúa la gestión de los procesos que se manejan en la empresa?
18. ¿Cuáles sugerencias de mejoras le daría usted a esta empresa para lograr la excelencia?

19. ¿Considera usted que esta empresa debe contar con protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente?
20. ¿Cuál es su nivel de satisfacción actual con los servicios y atenciones ofrecidos por la empresa en sus diferentes modalidades?

Anexo 3: Fotos del manual.



Nombre de la Empresa:

KID'S FITNESS

Logo y Esloga:



Autores:

Wanda Espino

Tirson Mejía

Wildinson Rosario

Fecha de edición:

31 enero 2023

Índice.

Introducción:.....	1
Resumen ejecutivo:.....	2
SECCIÓN 1: CONTEXTO EMPRESARIAL.....	4
1.1 Descripción de la empresa y ubicación.....	5
1.2 Actividad económica de la empresa.....	5
1.3 Reseña histórica.....	6
1.4 Filosofía de negocios.....	7
1.4.1 Misión.....	7
1.4.3 Valores.....	7
1.4.2 Visión.....	7
1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente.....	7
1.6 Estructura de la empresa.....	8
1.7 Productos y servicios que ofrece.....	9
SECCIÓN 2: CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL..	11
2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.....	12
2.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.....	12
2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente.....	12
2.4 Modalidades del servicio y atención al cliente.....	13
2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial.....	13
2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico.....	13
2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual.....	14
2.5 Mercado meta o perfil del cliente.....	14
SECCIÓN 3: PERFIL DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE	
EMPRESARIAL.....	15
3.1 Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial.....	16
3.2 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial.....	16
3.3 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.....	17
3.4 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual.....	18
SECCIÓN 4: PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.....	19
4.1 Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente.....	20
4.2 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial.....	21

Anexo 4: Fotos de la empresa Kid's Fitness.







Anexo 5: Entrega del manual corporativo en la empresa.

