

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



**ESCUELA DE PSICOLOGIA
CARRERA LICENCIATURA EN PSICOLOGIA INDUSTRIAL**

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO EN LA GESTIÓN INTEGRAL DE SERVICIO Y
ATENCION AL CLIENTE ENFOCADA A LA EMPRESA TRANSPORTE RODRIGUEZ
MARTE SRL. CIUDAD MAIMON, PROVINCIA MONSEÑOR NOUEL, PERIODO
ENERO-ABRIL 2020.**

PARTICIPANTE

**BLANCA IRIS MORALES ALMONTE
MATRICULA: 12-0855**

DIPLOMADO

GESTIÓN INTEGRAL DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

FECHA Y LUGAR

MAYO 6, 2020

**SANTIAGO DE LOS CABALLEROS
REPUBLICA DOMINICANA**

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO EN LA GESTIÓN INTEGRAL DE SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE ENFOCADA A LA EMPRESA DE TRANSPORTE RODRIGUEZ MARTE, CIUDAD MAIMON, PROVINCIA MONSEÑOR NOEL, PERIODO ENERO-ABRIL 2020.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO.....	06
GLOSARIO.....	09
INTRODUCCIÓN.....	11
Contexto del sector empresarial.....	13
Planteamiento del problema.....	13
Objetivo general y específicos.....	13
Justificación e importancia.....	14
Delimitación empresa, lugar y tiempo.....	14
Limitaciones.....	14
MÓDULO I: ABORDAJE TEÓRICO DE LA PROPUESTA.....	16
1.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.....	17
1.2 Objetivos o propósitos del servicio y atención al cliente.....	17
1.3 Importancia del servicio al cliente para las empresas actuales.....	17
1.4 Componentes integrales del servicio y atención al cliente.....	18
1.5 Fundamentos del servicio y atención al cliente presencial y virtual....	18
1.6 Principios claves del servicio y atención al cliente de excelencia.....	19
1.7 Impacto del servicio y atención al cliente en el usuario del siglo XXI.	19
MÓDULO II: ASPECTOS DEL CONTEXTO EMPRESARIAL.....	21
2.1 Descripción de la empresa y reseña historia.....	22
2.2 Filosofía de negocios (misión, visión y valores).....	22
2.3 Estructura organizacional.....	23
2.4 Productos y servicios que ofrece.....	23
2.5 Descripción departamentos o áreas de servicios enfocadas.....	23
2.6 Descripción de los puestos de servicios evaluados.....	23
MÓDULO III: ASPECTOS METODOLOGICOS DE LA PROPUESTA.....	26
3.1 Diseño de investigación implementado.....	27
3.2 Métodos y técnicas usadas para la recolección de datos.....	27
3.3 Descripción Instrumento de medición.....	27
3.4 Resultados análisis FODA implementado en la empresa.....	27
3.5 Análisis diagnóstico implementado en los puestos de servicios.....	29
3.6 Situaciones identificadas en las evaluaciones.....	29

MÓDULO IV: ASPECTOS DEL PLAN DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE.....	30
4.1 Establecimiento de protocolos presenciales y virtuales.....	31
4.2 Diseño de puestos enfocado a las competencias profesionales requeridas.....	32
4.3 Principios fundamentales para crear una cultura de servicios y atención al cliente de excelencia.....	34
4.4 Estrategias integrales enfocadas al mejoramiento del servicio y atención al cliente.....	36
CONCLUSIONES.....	39
RECOMENDACIONES.....	41
BIBLIOGRAFIAS.....	43
ANEXOS.....	45
Plantillas.....	48
Matrices.....	51
Fotos.....	66
Otros.....	69

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene por objetivo el diseño de un plan de mejoramiento del sistema integral de servicio y atención al cliente para la empresa de Transporte Rodríguez Marte SRL. El mismo es un requisito final para la obtención del título de licenciatura en Psicología Industrial.

El servicio y atención al cliente es el conjunto de actividades que se relacionan entre si diseñadas para lograr la satisfacción y cubrir las necesidades de los usuarios. El cliente es la razón de ser de las organizaciones lo que se traduce en que todos los esfuerzos deben estar enfocados en la satisfacción total de este.

La satisfacción de los clientes es importante porque un cliente satisfecho genera rentabilidad ya que por lo general vuelve adquirir los productos o servicios y la empresa obtiene como beneficio su lealtad, el cliente satisfecho comunica a otros su experiencia con la empresa y como resultado la empresa obtiene una publicidad gratuita y la oportunidad de atraer nuevos clientes.

Los componentes integrales del servicio y atención al cliente son el proveedor, la infraestructura, el ambiente y el proceso.

Transporte Rodríguez Marte se dedica al servicio de renta de equipos pesados y autobús a nivel privado y empresarial, fundada en el año 2010 en el municipio de maimón.

Su misión es ser una de las empresas de transporte más eficientes y rentable del país, ofreciendo la mejor atención al cliente, pensando en la eficiencia y superación constante y su visión es mejorar la calidad cada vez, a través de la provisión de servicios de óptima calidad, de la manera más eficiente y con la mejor atención al cliente, sus valores son integridad, honestidad, eficiencia, confidencialidad y seguridad.

Las áreas evaluadas son ventas y servicios compuesta por la posición de Ejecutiva en ventas y servicios, por otro lado, operaciones, conformada por los operadores y choferes. Ambas posiciones cumplen con funciones destinadas a brindar servicio y atención al cliente y requieren de habilidades personales e interpersonales esenciales para desempeñar sus funciones con calidad.

La recolección de información fue realizada mediante el uso de técnicas como la observación de tareas, entrevistas al personal, aplicación de análisis FODA, aplicación de planilla de evaluación de desempeño, evaluación de puestos, videos tutoriales entre otros.

Dentro de las principales debilidades identificadas se encuentran que la empresa no cuenta con protocolos de comunicación formal a través de medios virtuales, teléfono u atención presencial, además de las múltiples quejas por parte de los clientes por la demora en la entrega de los servicios, en el mismo tenor se identificaron muchos equipos

en malas condiciones mecánicas por falta de personal del área de mecánica, así como también requieren mejorar el área de recepción debido a la limitación de espacio para ofrecer un buen servicio y lograr que el cliente se sienta en un ambiente cómodo y acogedor.

Al finalizar la investigación se utilizaron las informaciones para la elaboración de protocolos de comunicación (virtual, presencial y telefónico) y estrategias enfocadas a mejorar la calidad del servicio y atención al cliente de manera integral, algunas de estas fueron concernientes al proveedor de servicios, otras a la infraestructura, al manejo de quejas y reclamos, a la optimización de los procesos, el confort y ambiente donde se ofrecen los servicios.

En el mismo contexto también se diseñaron los perfiles idóneos para el proveedor de servicios y se definieron los principios básicos para la atención al cliente de excelencia.

GLOSARIO

Cliente: Individuo u empresa receptora de un producto, un bien, servicio o idea a cambio de dinero u otro artículo de valor, es decir, el cliente es la persona que adquiere algún producto o bien mediante la transacción comercial.

Proveedor: Entidad o individuo que abastece o suministra de un bien o servicio a otro que lo necesite, es quien se encarga de proveer a terceros recursos para diferentes fines.

Habilidades: Capacidad que tiene un individuo, adquirida por el aprendizaje, para la realización de un conjunto de actividades o tareas en específico, es decir, es la destreza con la que cuenta un individuo para el desarrollo de una determinada tarea.

Integral: Se define como la totalidad o globalidad de algo. En la gestión integral de servicio y atención al cliente, se refiere a todos los componentes del servicio y atención al cliente.

Empresa: Entidad organizada que reúne y combina factores productivos para la elaboración de bienes o servicios, en otras palabras, empresa se refiere a aquellas organizaciones formada por elementos humanos, técnicos y materiales que tiene como propósito conseguir algún beneficio económico o comercial.

Protocolos: Manual de procedimiento que describe todos los elementos esenciales para lleva a cabo un conjunto de actividades para un fin.

Estrategias: Acciones que emprende una empresa para dar respuestas a los retos o desafíos que el entorno plantea o bien sea para lograr un objetivo específico en una determinada área.

Servicio: Realización de acciones concretas con el fin de ayudar a una persona o alguna causa.

Misión: Es la formulación de los propósitos de una organización que la distingue en el mercado con respecto a las demás, es la razón de ser de una empresa.

Valores: Conjunto de virtudes y capacidades necesarias para el buen vivir, lo que muestra para sí mismo y para las demás, conductas que van a regir nuestras acciones, pensamientos y comportamientos.

Eficiencia: Maximización de recursos disponibles para alcanzar un propósito.

Calidad: Realizar correctamente cada paso de algún proceso.

Productos: Aquello que ha sido fabricado de manera natural o artificial fruto del trabajo y de la operación que puede ofrecerse en un mercado para satisfacer los deseos y las necesidades de los consumidores.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este proyecto de gestión integrada en el servicio y atención al cliente tiene como finalidad contribuir de manera significativa en la mejora continua del proceso integral de atención y servicio al cliente de la empresa de Transporte Rodríguez Marte SRL, ofreciéndole los protocolos de comunicación y estrategias que más se adecuan a sus necesidades y contexto empresarial.

El servicio y atención al cliente es aquella cadena de procesos destinados a brindar soporte a los clientes cuando adquieren algún producto o servicio que ofrezca la empresa, es una de las actividades de mayor importancia en las organizaciones porque la satisfacción del cliente es un elemento esencial para la rentabilidad de la organización, es decir, el cliente es la base o razón de ser de las empresas.

Para llevar a cabo este proyecto se utilizaron varios métodos y técnicas de investigación basadas en la observación de tareas y funciones, exploración, lectura y análisis documental.

Los capítulos están distribuidos de la siguiente manera, capítulo uno contempla el abordaje teórico de la propuesta donde se definen conceptos del contexto de servicio y atención al cliente y sus fundamentos; capítulo dos se encuentran aspectos del contexto empresarial como las informaciones concernientes a la empresa, filosofía, estructura del negocio, puestos vinculados y otros; capítulo tres se encuentran los aspectos relacionados a la metodología utilizada para desarrollar la investigación y elaborar la propuesta, que incluye el diseño, los métodos, técnicas, instrumentos y análisis utilizados; por último en el capítulo cuatro se abordan los aspectos del plan de mejoramiento, esto abarca el establecimiento de los protocolos de comunicación con los clientes, el diseño de los puestos por competencia de los proveedores de servicio y atención al cliente, los principios fundamentales de una cultura de excelencia en servicio y atención al cliente y las estrategias enfocadas al mejoramiento del servicio y atención al cliente.

Al final se ofrecen algunas recomendaciones con el objetivo de lograr la excelencia en todos los elementos que componen el servicio y atención al cliente integral de la empresa en cuestión.

Contexto del sector empresarial.

Los servicios de transporte privados y renta de equipos son indispensables cuando no existe la posibilidad de adquirir un vehículo o equipo mediante la compra o cuando simplemente se necesita de un transporte para un viaje en específico o un equipo para un trabajo puntual y por un periodo de tiempo determinado. En estos tipos de negocios existen dos enfoques principales para marcar la diferencia y sobre salir ante las demás empresas competidoras; la primera es el servicio y atención al cliente de calidad y la segunda que, aunque está incluida en la primera es importante mencionarla, es la condición mecánica y física de los equipos (maquinarias) a ser rentadas o utilizados para brindar algún servicio.

Planteamiento del problema

Durante casi una década la empresa ha logrado una buena aceptación a nivel provincial y un crecimiento paulatino de su cartera de clientes, sin embargo, no cuentan con protocolos de comunicación y estrategias que garanticen la satisfacción integral del servicio ofrecido a los clientes.

Algunas de las oportunidades identificadas fueron las siguientes:

- Se pudo observar mucha distracción por parte del proveedor de servicios durante las conversaciones presenciales con los clientes, siendo esto un indicativo de malos hábitos de comunicación.
- También se comprobó que no existen protocolos a seguir para la atención a los clientes, esto pudo evidenciarse por la informalidad al momento de interactuar a través de los medios virtuales con clientes.
- Por otro lado, se manifestaban muchas quejas por parte de los clientes al no recibir sus servicios en los tiempos acordados, lo que generaba mucha inconformidad entre ellos.

Objetivo general.

Diseñar una propuesta de mejoramiento en la gestión integral de servicio y atención al cliente, enfocada a la empresa Transporte Rodríguez Marte, Maimón, provincia Monseñor Nouel, periodo enero-abril 2020.

Objetivos específicos.

1. Evaluar el sistema integral de servicio y atención al cliente ofrecido por la empresa Transporte Rodríguez Marte.
2. Elaborar protocolos a seguir ante cada contacto con los clientes, sea presencial, vía telefónica o a través de algún medio de comunicación virtual o social.
3. Presentar una propuesta con planes estratégicos dirigidos al mejoramiento del sistema integral de servicio y atención al cliente, con el fin de lograr calidad en el servicio ofrecido.

Justificación e importancia.

La importancia de este proyecto es hacer mis aportes como profesional con mi experiencia y conocimientos, destinados a mejorar la calidad del sistema de gestión integral de servicio y atención al cliente de la empresa seleccionada. En un mundo de constantes cambios donde los diferentes sectores empresariales se vuelven cada vez más competitivos, es importante mantenerse en actualización constante y mejorando los procesos encaminados a satisfacer al cliente de manera integral.

La atención y el servicio de calidad brindado a los clientes marcaran la diferencia entre una y otra empresa, convirtiéndose de esta manera en un atractivo potencial para mantener la fidelidad y ampliar la cartera de clientes. La mejora continua es esencial en todos los procesos, de esto depende el éxito y la diferencia entre aquellas empresas que deciden quedarse estancadas o las que optan por evolucionar en sus servicios y procesos. Con este proyecto se pretende contribuir de manera significativa al crecimiento de la empresa y sus colaboradores.

Delimitación.

Para la realización de este proyecto se tomó a la empresa Transporte Rodríguez Marte SRL, ubicada en el municipio de Maimón, provincia Monseñor Nouel. El tiempo para la realización de este fue en el periodo de enero-abril del año 2020.

Limitaciones.

Trabajar en colaboración con otras personas cuando se asignan tiempos límites para entrega de actividades puede resultar un poco complicado por la disponibilidad de la otra persona, fue muy ardua la labor realizada en ese sentido, esto además de que al ser una empresa relativamente pequeña, fue muy difícil coordinar las visitas porque uno de los empleados vinculado cumplía varios roles a la vez y finalmente a esto se suma la situación actual en la que se encuentra el país, donde gran parte de las empresas

incluyendo a esta, tuvo que cerrar sus puertas y hasta la fecha aún se encuentran inoperativas, siendo este un factor desfavorable para finalizar este proyecto.

ABORDAJE TEÓRICO DE LA PROPUESTA

1.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.

El Servicio al cliente en el campo del marketing se refiere al soporte que se ofrece a los clientes antes, durante y después de haber adquirido un producto o servicio, permitiendo con ello una experiencia positiva en esta transacción, es decir el servicio y atención al cliente va más allá de aquel momento en el que el cliente adquiere el producto o servicio, es contactarles para conocer su nivel de satisfacción con el mismo, es recibir y gestionar de la mejor manera sus quejas e inquietudes, es conocer sus gustos para poder de manera proactiva ofrecerle aquel producto o servicio que pudiera interesarle, servicio y atención al cliente es crear ese compromiso de servirle y ofrecerle lo mejor al cliente

Objetivos o propósitos del servicio y atención al cliente.

Los objetivos del servicio y atención al cliente se resumen en los siguientes aspectos:

- Mantener los clientes satisfechos para generar rentabilidad.
- Fidelización con los clientes.
- Servir con excelencia.
- Alcanzar un grado de satisfacción más alto que sus competidores.
- Motivar al cliente para que este vuelva a comprar los productos o adquirir los servicios.
- Crear una publicidad positiva a través de los clientes y que estos sean voceros del buen servicio o producto de la organización.
- Generar nuevos clientes.
- Crear buena reputación en el mercado.

1.2 Importancia del servicio al cliente para las empresas actuales.

La importancia del servicio y atención al cliente en las empresas radica en los siguientes aspectos:

- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
- La competencia es cada vez mayor, los productos ofertados son cada vez mayores y más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado y buscar destacarse y diferenciarse de los demás.
- Si un cliente queda insatisfecho con el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de la empresa y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.
- Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir los productos o que vuelvan a visitar y recomiende a otros consumidores.

1.3 Componentes integrales del servicio y atención al cliente.

Los componentes integrales del servicio y atención al cliente son los descritos a continuación:

- **Proveedor:** persona o entidad que brinda sus servicios o bienes para satisfacer las necesidades del cliente.
- **Procesos:** Conjunto de pasos organizados para alcanzar un propósito
- **Infraestructura:** conjunto de elementos compuesto por los servicios, medios técnicos e instalaciones necesarias para el desarrollo de alguna actividad
- **Ambiente:** Área o entorno en el que trabajan los empleados donde se realizan las actividades profesionales.

1.4 Fundamentos del servicio y atención al cliente presencial y virtual.

Los tres medios principales de atención y servicio al cliente es, virtual, presencial y telefónico, aquí se presenta una descripción breve de estos:

Atención virtual

Las nuevas tecnologías digitales para brindar servicio de atención al cliente han revolucionado la manera de hacer negocios. Por ello, las empresas han implementado el uso de herramientas que facilitan la comunicación con los usuarios en el momento y lugar que sea. Los medios que actualmente se utilizan son el correo electrónico, chats en los sitios web, plataformas más personales como las redes sociales y sistemas de mensajerías (WhatsApp, Telegram, Facebook, Instagram). Con el uso de las herramientas tecnológicas actuales los clientes evitan las filas y obtienen la atención, servicios o productos en el momento y lugar y deseen.

Atención presencial

En este caso se refiere a la atención que se presta a los clientes cara a cara, en ese sentido se coordina una visita o una cita con el cliente por parte del personal de la empresa. La presencia del cliente puede ser necesaria en casos de realizar algún papeleo, devolución o reemplazo de algún producto, entre otras. En este tipo de servicio la presentación física adecuada del personal de la empresa es muy importante, porque reflejan la imagen de la empresa. En ese sentido se requiere prestar mucha atención en cada detalle que causará una impresión en el cliente, como la forma de expresarse, la higiene o vestimenta.

Atención telefónica

En la atención telefónica, se solicita que el personal cumpla una serie de normas para lograr la satisfacción del cliente, debido a que por este medio no se pueden observar las reacciones del interlocutor, los requerimientos presenciales a cubrir son distintos, pero no menos importantes, pues también debe sentir disposición y una buena actitud.

1.5 Principios claves del servicio y atención al cliente de excelencia.

A continuación, se explican de manera resumida los principios claves en la atención y servicio al cliente de excelencia.

- **El cliente es primero** y la empresa debe tener claro que el cliente no depende de la empresa sino más bien la empresa depende de él y cuando el cliente no se siente satisfecho simplemente se va.
- **El cliente no es una interrupción** en el trabajo, sino la razón de ser de la empresa.
- **Tratar al cliente como usted quiere ser tratado**, si desea ser tratado con respeto, amabilidad, empatía, buen trato y atención.
- **La comunicación eficaz con el cliente** ofrezca toda la atención al cliente, evite en todo momento distracciones, el contacto visual es esencial.
- **Atención oportuna y rápida**, evite largos periodos de espera para el cliente.
- **Solución a problemas y reclamos**, el personal de servicio al cliente debe ser un facilitador para los clientes, no ser un obstáculo.
- **Honestidad**, lo que ofrezcas y prometes al cliente se debe cumplir, el producto o servicio debe cumplir con las características que ofreces, no crear falsas promesas.
- **Empatía**, sensibilizarse con la situación del cliente, entender su situación.
- **Don de servicio**, es el deseo de ayudar a otro y satisfacción por hacer un buen trabajo, este debe ser un valor intrínseco de cada prestador de servicios.

1.6 Impacto del servicio y atención al cliente en el usuario del siglo XXI.

En el pasado el enfoque principal de las empresas era la fabricación de productos e hicieron de ello su razón de ser, pasando por alto el propósito de ser de todas las organizaciones, sus clientes. El gran auge de competidores en el mercado impulso a los expertos en marketing a buscar alternativas y elementos diferenciadores para que las empresas pudieran seguir vendiendo.

Hoy en día se ha identificado que el objetivo principal de las empresas son los clientes y por lo tanto este debe ser su enfoque principal. Los competidores han hecho que los clientes sean más exigentes cada vez, y que la venta se torne más compleja. En la actualidad lo que marcará la diferencia y hará sobre salir entre las demás empresas es

la fidelización con los clientes al prestarles buena atención, satisfacer todas sus necesidades, atender todas sus solicitudes de manera oportuna y ofrecerles nuevos productos de calidad, entre otras.

ASPECTOS DEL CONTEXTO EMPRESARIAL

2.1 Descripción de la empresa y reseña historia.

La empresa Transporte Rodríguez Marte es propiedad del Ingeniero Clean A. Rodríguez Marte, se encuentra ubicada en el municipio de Maimón, provincia Monseñor Nouel, registrada bajo el RNC 001-1536225-3.

Esta empresa fue fundada a principios del año 2010 con el fin de ofrecer servicios de taxi privado en el municipio de maimón, inicialmente, para luego ampliar sus servicios por toda la provincia, para esto también contrato varios choferes, una asistente en ventas y cobros y mecánicos. Para ese entonces contaba con una infraestructura pequeña de una oficina y un taller, los cuales con el transcurso de los años han sido modificadas de acuerdo a las necesidades del negocio. En el año 2013 consiguió un contrato temporal con la empresa minera Barrick Gold para el transporte de los empleados de Maimón y Cotuí, es cuando toman la decisión de vender los carros y adquirir autobuses mediante un préstamo bancario, la estructura organizacional continua con el mismo personal.

Para el año 2015 ya había adquirido varias guaguas más con el mismo propósito de rentarlo a la empresa minera y las subcontratistas para transporte de personal. Al pasar 4 años prestando sus servicios a la empresa minera, pierden una nueva licitación y por ende el contrato sin oportunidad para renovarlo.

Al transcurrir dos meses el Sr. Clean Rodriguez inicia las negociaciones con la empresa Caterpillar para adquirir varios equipos amarillos o pesados entre estos retroexcavadoras, palas, tractores, rodillos y camiones con el objetivo de rentarlos a particulares o bien a empresas que los requieran, en este momento deciden ampliar la estructura de la organización contratando más personal.

Hoy en día la empresa continúa brindando servicios de tours, viajes privados y empresariales, además de la renta de equipos pesados para fines particulares o empresariales.

2.2 Filosofía de negocios (misión, visión y valores)

- **Misión:** Ser una de las empresas de transporte más eficientes y rentables del país, ofreciendo la mejor atención al cliente, pensando en la eficiencia y superación constante.
- **Visión:** Mejorar la calidad cada vez, a través de la provisión de servicios de óptima calidad, de la manera más eficiente y con la mejor atención al cliente.
- **Valores:** Integridad, honestidad, eficiencia, confidencialidad y seguridad

2.3 Estructura organizacional.

Ver anexo 2

2.4 Productos y servicios que ofrece.

Los servicios ofrecidos por la empresa es la renta de bus para viajes privados y para propósitos empresariales, así como también alquiler de equipos pesados y camiones para trabajos de movimiento y carguío de tierra o materiales diversos. La renta incluye chofer y combustible a excepción de los equipos pesados que no incluye el combustible, ya que corren por el usuario.

2.5 Descripción departamentos o áreas de servicios enfocadas.

Las áreas en las cuales se enfoca este proyecto son en:

- Ventas y Servicios
- Operaciones

2.6 Descripción de los puestos de servicios evaluados.

El área de Operaciones, ventas y servicios está conformada por las siguientes posiciones:

Ejecutiva de Ventas y servicios

Encargada de velar por el buen servicio al cliente, la entrega a tiempo de los servicios solicitados, cobros y facturación. Además de la buena administración de los recursos humanos y materiales con los que cuenta la empresa.

Habilidades técnicas:

- Conocimientos avanzados sobre atención y manejo de personas
- Técnico o superior en mercadeo o carreras afines
- Conocimiento de los métodos de negocios de la empresa y precios de servicios ofertados.
- Conocimientos de las políticas y normativas de la empresa
- Manejo de informática
- Manejo del sistema de información, programas y protocolos de la empresa.

Habilidades personales y sociales:

- Capacidad de negociación
- Capacidad de escucha activa
- Manejo de conflictos
- Comunicación asertiva
- Inteligencia emocional
- Carisma
- Empatía
- Liderazgo
- Sentido común
- Buena actitud
- Imagen personal

Algunas de las funciones con las que debe cumplir son:

- Atender las requisiciones de servicios vía telefónica u online.
- Controlar el presupuesto y elaborar los reportes de consumos e ingresos.
- Atender y resolver cada una de las quejas expuestas por cada Cliente.
- Llevar inventario de vehículos y equipos.
- Seguimiento a las políticas de cancelación y cambios de servicios.
- Desarrollar y promover un ambiente servicial para todos los clientes.
- Realizar las verificaciones de las entregas de los servicios vendidos en el tiempo indicado y la calidad de este acorde a lo prometido al cliente.
- Realizar los análisis de requisición de nuevos vehículos y equipos y descarte de los que se encuentran en malas condiciones
- Cobros y seguimientos facturaciones y servicios

Choferes/Operadores

Encargado de realizar el traslado de las personas de forma segura y la realización de trabajos con el equipo asignado a la hora y el lugar indicado. Velar por la seguridad misma y la de los pasajeros, así como también por el óptimo funcionamiento y cuidado de los equipos y vehículos. Además de cumplir con todas las disposiciones y medidas dictadas por la empresa.

Habilidades Técnicas:

- Contar con licencia de conducir al día
- Conocimiento de las leyes y normas de tránsito del País
- Destrezas al volante
- Bachiller o mas
- Conocimientos de las indicaciones en el panel de control tanto de seguridad de seguridad como de problemas mecánicos del vehículo.
- Conocimiento de principios básicos de mecánica

Habilidades Personales y Sociales:

- Capacidad para mantener su seguridad y la de los demás
- Conocimiento de las rutas de traslado y rutas alternas que le prevengan de contratiempos para realizar su trabajo.
- Alto grado de compromiso y responsabilidad
- Respeto por las leyes y normas de circulación
- Paciencia y serenidad para enfrentar situaciones difíciles
- Actitud de servicio

Algunas de las funciones con las que debe cumplir son:

- Realizar la revisión diaria de su vehículo para comprobar que se encuentre en buen estado.
- Cargar de gasolina el vehículo antes de comenzar las labores cotidianas y llenar reporte de consumo.
- Cumplir con el trabajo asignado por el contratante del servicio.
- Realizar el conteo diario de kilómetros recorridos, anotando el kilómetro inicial y el kilometraje al finalizar las labores diarias.
- Atender y asistir a los encargos y personas asignadas a su ruta, actuando bajo el régimen de etiqueta y protocolo de servicio.
- Coordinar con el supervisor de mantenimiento las revisiones mecánicas.
- Lavar y limpiar el vehículo de una a dos veces por semana, de manera que siempre esté presentable el automotor.
- Reportar de manera oportuna cualquier avería u accidente del vehículo u equipo.

ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA PROPUESTA

3.1 Diseño de investigación implementado.

Para la recolección de información de este proyecto se recurrió a métodos documentales y exploratorio, en ese sentido, se coordinaron visitas en distintos tiempos para observar el desenvolvimiento del personal con los clientes y su presentación (higiene y vestimenta), además se planificaron visitas a campo para observar condiciones de la infraestructura y recursos con los que cuenta la empresa. En el mismo tenor también se les solicitaron documentos que validaran algunas de las informaciones que estaban ofreciendo en las entrevistas y conversatorios con la gerencia, también se usó el diseño descriptivo ya que se estructuraron instrumentos para poder recolectar informaciones relevantes concernientes a los puestos de trabajo vinculados al servicio y atención a clientes.

3.2 Métodos y técnicas usadas para la recolección de datos.

La recolección de datos fue posible mediante:

- Entrevistas directas con el personal de las áreas seleccionadas y con el gerente general de la empresa.
- Video tutorial de protocolos de comunicación con los clientes mediante los diferentes medios, virtual. Telefónico y presencial o cara a cara.
- Aplicación de la matriz FODA para detectar oportunidades de mejora.
- Plan de capacitación para el personal de servicio enfocado en la atención al cliente a través de los distintos medios (virtual, presencial o telefónico).
- Observación de tareas y desenvolvimiento de los empleados con el cliente a través de los diferentes medios (virtual, telefónica y presencial) ante solicitud de servicios o resolución de conflictos y quejas y seguimientos.
- Video tutorial para capacitar al personal.
- Aplicación de planilla evaluación del desempeño

3.3 Descripción Instrumento de medición.

Planilla Diagnostica del desempeño: aplicada para evaluar las habilidades y el desempeño del proveedor de servicios, evaluar el local o medios físicos, así como también la evaluación de los medios digitales, protocolos y servicios.

3.4 Resultados análisis FODA implementado en la empresa.

Fortalezas

- Trato amable y cortes a los clientes.
- Buena presencia e imagen personal
- Uso de uniforme distintivo.
- Maquinarias relativamente nuevas en cuanto año se refiere.
- Cuentan con medios para recibir solicitudes mediante redes sociales
- Cuentan con áreas de lavado y taller de mecánica con amplia capacidad

Oportunidades

- Oportunidad de ampliar la cartera de servicios, incluyendo servicios de taxi y renta de carros. Ya que en la zona solo existe una empresa dedicada a este tipo de servicios.
- Amplios terrenos para mejorar las oficinas y área de recepción.
- Programas en internet de entrenamientos de servicio y atención al cliente gratuitos para sus empleados.

Debilidades

- No cuentan con medios de reconocimiento y motivacionales para incentivar a los empleados.
- No existen protocolos formales para la atención a los clientes mediante los diferentes medios.
- Manifestación de quejas por parte de los clientes por demora en la entrega de servicios.
- Área de recepción de clientes poco confortable.
- Distracción por parte de los proveedores de servicios mientras atienden a los clientes de manera presencial.
- Muchos equipos en malas condiciones mecánicas por limitación de personal mecánico, lo que por ende disminuye la disponibilidad de equipos y maquinarias.

Amenazas

- Poca experiencia en el mercado
- Ubicación geográfica poco favorable
- Vulnerabilidad ante nuevas empresas
- Precios competitivos de empresas competidoras

3.5 Análisis diagnóstico-implementados en los puestos de servicios.

Diagnostico análisis realizado a los puestos de:

Ejecutivo de ventas y servicios: La empleada que desempeña esta función cuenta con buena imagen personal, cordialidad y cortesía al dirigirse a los clientes, mostro que tiene buen dominio de los procesos, buena capacidad para manejar conflictos, sin embargo, necesita mejorar en el proceso de comunicación hacia los clientes y en la escucha activa. En el mismo tenor mostro un buen manejo de los procesos y buenas habilidades técnicas. Como punto de mejora, también se observó que requiere de mayor agilidad y rendimiento en la entrega a tiempo de los servicios solicitados.

Operador o Chofer: Los conductores mostraron excelentes habilidades técnicas en el desarrollo de sus funciones, rapidez y rendimiento en la realización de las tareas asignadas, cordialidad con los clientes, y buenas habilidades interpersonales. En términos generales los choferes tienen un buen desempeño en sus funciones.

3.6 Situaciones identificadas en las evaluaciones.

- Informalidad en la atención presencial, virtual y telefónica debido a la falta de protocolos de comunicación definidos.
- No cuentan con medios de reconocimiento y motivacionales para incentivar a los empleados.
- Manifestación de quejas por parte de los clientes por demora en la entrega de servicios.
- Área de recepción de clientes con varias oportunidades de mejora en cuanto a la comodidad y ambientación.
- Distracción por parte de los proveedores de servicios mientras atienden a los clientes de manera presencial.
- Muchos equipos en malas condiciones mecánicas por limitación de personal mecánico, lo que por ende disminuye la disponibilidad de equipos y maquinarias.
- Las áreas de evacuación y salidas de emergencia no están identificadas adecuadamente.
- Actualmente no cuenta con medios publicitarios a través de redes sociales.

**ASPECTOS DEL PLAN DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO
Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

4.1 Establecimiento de protocolos presenciales y virtuales.

El propósito de contar con protocolos claros y definidos para una atención de calidad al cliente es facilitarles a los empleados la comprensión de sus funciones y deberes en cuanto a la atención presencial, virtual o vía redes sociales. Teniendo en cuenta lo anterior estos protocolos son vitales dentro de cualquier organización ya que es un medio efectivo para mejorar la calidad del servicio y por ende para atraer clientes que es el objetivo primordial de la compañía además de tener un buen reconocimiento en el mercado.

Protocolos de comunicación descritos a continuación:

Atención presencial o cara a cara

- Saludar al cliente de manera cortés y amable: “Buenos días o buenas tardes, identificarse ante el cliente, y preguntarle en que puede servirle.
- Invitar al cliente a un lugar cómodo y reservado para atenderlo.
- Dar al cliente la atención completa y exclusiva durante el tiempo del contacto.
- Escuchar atentamente la solicitud del cliente para posterior brindarle una solución o acuerdo.
- Brindar al cliente información clara y precisa sobre los servicios que presta la organización.
- Despedirse de forma cortés y acompañar al cliente hasta la salida de la organización.
- Realizar el seguimiento con el apoyo del área correspondiente de la solicitud hasta que se dé respuesta al cliente o se haya hecho entrega del servicio o equipo solicitado.

Atención telefónica

- Contestar el teléfono a la brevedad posible.
- Saludar a quien llama de la siguiente forma: Nombre de la compañía, Buenos días o buenas tardes, identificarse, y preguntar ¿con quién tengo el gusto de hablar? Y posteriormente ¿en qué le puede servir?
- Es necesario que el empleado hable con precisión y claridad para que el cliente entienda el mensaje.
- Esperar que el cliente describa la necesidad que tiene y que espera que le suministre la compañía.
- Proporcionar al cliente la atención completa y exclusiva durante el tiempo del contacto telefónico (evitar interrupciones y dejarlo en espera).
- Informar al cliente de forma clara y concreta sobre el trámite y tiempo estimado en que la compañía entregará la información o servicio solicitado.

- Cuando la información solicitada no sea de su competencia, orientar al compañero/empleado de la dependencia o el servidor que podrá dar respuesta a su requerimiento
- Despedirse de forma cortés y agradecer al cliente por haberse comunicado con la empresa para solucionar su problema y manifestar que con gusto se le atenderá en caso de que requiera algo más.
- Realizar el seguimiento con el apoyo del área correspondiente de la solicitud telefónica hasta que se dé respuesta efectiva al cliente o se haya entregado el servicio o suministro del equipo solicitado.

Atención a través de medios virtuales

- Verificar que la información que conforma la solicitud sea suficiente para dar la respuesta, en caso contrario por ese mismo medio pedir la ampliación de la información.
- Las respuestas deben ser emitidas a través del correo institucional, donde aparezca la firma y el logo de la organización, utilizando el correo original recibido por el cliente.
- Las respuestas a las solicitudes deben darse en lenguaje puntual, sencillo y concreto, respetando las normas de ortografía.
- Antes de enviar las respuestas es necesario realizar una revisión para garantizar que las mayúsculas, puntuación, ortografía, redacción, extensión de la información es correcta y determinar si efectivamente se están atendiendo todos los puntos o interrogantes de la solicitud.
- Siempre al remitir un mensaje electrónico es necesario revisar que la dirección del destinatario está correctamente digitada y que el mensaje lleve asunto, con el fin de garantizar la entrega e identificación del mensaje.
- Al final del mensaje se debe agradecer por comunicarse con la empresa y que en caso de requerir información adicional con gusto le será suministrada.

4.2 Diseño de puestos enfocado a las competencias profesionales requeridas.

Puesto: Ejecutiva en ventas y servicios

Formación académica: Licenciatura en Administración de Empresas o carreras afines.

Conocimientos técnicos:

- Conocimientos avanzados sobre atención y manejo de personas.
- Técnico o superior en mercadeo o carreras afines.
- Conocimiento de los métodos de negocios de la empresa y precios de servicios ofertados.
- Conocimientos de las políticas y normativas de la empresa.
- Manejo de ofimática e informática.
- Manejo del sistema de información, programas y protocolos de la empresa.

Habilidades personales e interpersonales:

- Tolerancia al estrés y la presión
- Liderazgo y dirección de equipos
- Alta capacidad de negociación
- Proactiva
- Planificar y optimizar el tiempo
- Integridad
- Habilidades de comunicación oral y escrita
- Tolerante y asertiva en la resolución de conflictos.
- Excelente presencia y modales
- Confidencialidad
- Escucha Activa

Puesto: Operador/Chofer

Formación académica: Bachiller o superior

Conocimientos técnicos:

- Contar con licencia de conducir al día
- Conocimiento de las leyes y normas de tránsito del País
- Destrezas al volante
- Bachiller o mas
- Conocimientos de las indicaciones en el panel de control tanto de seguridad de seguridad como de problemas mecánicos del vehículo
- Conocimiento de principios básicos de mecánica

Habilidades Personales y Sociales:

- Capacidad y compromiso para mantener su seguridad y la de los demás
- Conocimiento de las rutas de traslado y rutas alternas que le prevengan de contratiempos para realizar su trabajo.
- Alto grado de compromiso y responsabilidad
- Respeto por las leyes y normas de circulación
- Paciencia y tolerancia para enfrentar situaciones difíciles
- Aptitud de servicio

4.3 Principios fundamentales para crear una cultura de servicios y atención al cliente de excelencia.

Confiabilidad: La confiabilidad se da cuando el proveedor de servicio conoce bien su trabajo, los procesos, las políticas y normas de la empresa. El colaborador o proveedor de servicio debe asegurarse de ofrecer informaciones confiables y debe cumplir con sus responsabilidades al implementar cada proceso, de esta manera podrá asesorar mejor al cliente.

Agilidad: Agilidad para resolver las inquietudes de los clientes, entregar servicios etc. No basta con solo tener amabilidad, es importante brindar un servicio y atención oportuna al cliente.

Buena Actitud: La buena actitud es la disposición que debe tener el proveedor de servicios para responder de manera cortés ante cualquier situación agradable o no que se le presente con el cliente. El colaborador debe siempre recordar que un cliente nunca molesta, que el cliente es la razón de ser de las organizaciones.

Disposición: Es la manera en que el proveedor de servicios debe proyectarse hacia el cliente, en disposición de servir y resolver sus inquietudes y solicitudes.

Atención a los detalles: El prestador de servicios debe ser cuidadoso con los detalles, en el producto o servicio que este ofrece para que el cliente no se lleve una mala impresión de lo adquirido.

Entusiasmo: Para un vendedor negociar con éxito la venta de su producto o servicio debe contar necesariamente con un alto nivel de entusiasmo. Transmitir emoción para poder influenciar en la toma de decisiones de sus clientes.

Escucha Activa: La escucha activa en la venta y atención al cliente consiste en realizar un esfuerzo por oír y comprender las palabras de nuestros clientes, no interrumpir al cliente mientras habla y mostrarse interesado en lo que el cliente está solicitando o hablando.

Comunicación Asertiva: El asertividad como un comportamiento de comunicación en el que la persona que lo ejecuta ni agrede ni se somete a la voluntad de los demás, siendo capaz de manifestar sus convicciones y de defender sus derechos.

Compromiso: El compromiso con el cliente se traduce en lealtad hacia la empresa, es decir, cuando el prestador de servicios se compromete con el cliente a brindar lo mejor en el servicio y/o producto, la lealtad del cliente hacia la empresa aumenta.

Cortesía: La cortesía en el servicio al cliente es el trato amable y atención servicial que prestas a los clientes. En el caso de las organizaciones la cortesía es quizás la norma más sobresaliente al momento de atender clientes externos.

Empatía: La empatía es una habilidad en las relaciones interpersonales (proveedor de servicios- cliente), que permite comprender las emociones y sentimientos del interlocutor, así como saber dejar de lado todas aquellas señales o expresiones que pueden perjudicar la conversación: saber escuchar. Saber cuándo responder.

Imagen o cuidado Personal: La imagen de los empleados impacta de manera positiva o negativa en la imagen corporativa de una empresa. Es imprescindible contar con una excelente imagen personal y profesional. La imagen también vende.

Buena Dicción: La buena dicción es la manera de emplear palabras correctas, acertadas y en el idioma al que estas pertenecen para la formación de oraciones de forma oral o escrita, sin atender al contenido o significado de lo expresado por el emisor.

Inteligencia emocional: La inteligencia emocional es lo que va a permitir que el proveedor de servicios sea capaz de reconocer, entender y responder adecuadamente a las emociones expresadas por los clientes. A no responder de manera irrespetuosa o descortés ante posibles provocaciones del cliente por inconformidades con el servicio o producto.

Autocontrol de las emociones: El autocontrol de las emociones es una habilidad con la que debe contar el colaborador que presta servicio al cliente, esto le permite manejar de forma adecuada sus emociones ante situaciones agradables o desagradables que se puedan dar con los clientes.

Sonreír: La sonrisa es la presentación personal que proyecta cortesía ante los clientes, es muy importante siempre presentarse con una sonrisa ante los clientes al brindar un servicio u atención.

Cordialidad: La cordialidad, siempre: el trato no debe ser distante o indiferente; es importante que quien esté en contacto con el cliente sea cortés y agradable. La cordialidad debe mantenerse aun cuando el cliente esté enojado o el empleado haya tenido un mal día.

Contacto Visual: El contacto visual es parte del lenguaje no verbal que denota atención, enfoque en lo que el cliente está expresando. Es sumamente importante mantener el contacto visual con el cliente siempre que se tenga una conversación con este.

Adecuada comunicación gestual o no verbal (kinésica): Saber manejar la comunicación no verbal como las gesticulaciones al expresarse o escuchar al cliente es parte importante de la comunicación efectiva y lo que se desea proyectar ante el cliente.

Modulación de Voz (tono, velocidad y timbre): Escoger la velocidad, el tono y el timbre adecuada para dirigirse hacia el cliente, no se debe nunca alzar la voz ni hablar en mal tono al cliente, aun cuando este haya alzado su voz o hablado en mal tono.

Manejo de Conflictos: El manejo de conflictos es una habilidad con la que debe contar el prestador de servicios para no incurrir en situaciones desagradables con el cliente. Debe buscar soluciones al cliente o indicarle como solucionar su problema.

Clima o entorno de trabajo adecuado: El entorno de trabajo que se debe proyectar ante el cliente es de armonía, respeto, organización, coordinación y trabajo en equipo. Si un cliente observa que el entorno o clima laboral no es organizado, no hay respeto ni trabajo en equipo, es muy probable que este se lleve una mala imagen de la empresa y no tenga confianza en el servicio o producto que va a recibir.

Señalización de áreas y departamento: Los departamentos deben estar debidamente identificados para facilitar la localización física cuando el cliente deba dirigirse a uno de estos.

Determinación: Determinación se refiere a cuando una persona tiene la cualidad de ser determinada, es cuando el prestador de servicios establece definiciones, limitaciones y conceptos por los cuales se dirige, y estos elementos forman parte de decisiones que ya esta persona ha tomado, y estas decisiones son invariables.

Pasión: Pasión es el amor hacia un oficio, en este caso hacia servir a los clientes. La pasión permite tener vocación por lo que se hace.

4.4 Estrategias integrales enfocadas al mejoramiento del servicio y atención al cliente.

Las estrategias de mejoramiento del servicio y atención al cliente citadas a continuación están enfocadas al personal de servicio al cliente, a la infraestructura de la empresa, al ambiente y confort de los clientes, optimización de los procesos, gestión de quejas y reclamos y estrategias de ventajas competitivas.

Excelencia y Calidad de los profesionales de Servicio y atención al cliente

- Contratar personal que cumpla con los niveles técnicos y académicos que requiere dicho perfil.
- Crear un programa de entrenamiento basado en las áreas de servicio y atención al cliente.
- Entrenar y reentrenar al personal de manera continua (semestral, anual, etc.).
- Rotar al personal en las diferentes posiciones de servicio y atención al cliente con la finalidad de que estos se desarrollen en todas las áreas de servicio al cliente de la empresa.
- Implementar medios motivacionales y de reconocimiento para los empleados con el fin de mantener su motivación en el trabajo y esto se vea reflejado en la atención ofrecida a sus clientes.

Mejoras en la infraestructura de la empresa

- Ampliar el área de despacho, ya que actualmente es un pequeño cuarto.
- Incluir un baño y área de lockers para los choferes exclusivamente.
- Ampliar el área de recepción de los clientes.
- Colocación de letreros de los diferentes departamentos en sus puertas.
- Disponer de un almacén para piezas y componentes esenciales en reserva.

Confort y ambiente agradable para recibir al cliente

- Habilitar la oficina de recibimiento con aire acondicionado que en la actualidad solo cuenta con un abanico de pared.
- Sustituir las sillas de metal del área de recepción por unos sillones confortables.
- Colocar cuadros alusivos al servicio que ofrece la empresa, su filosofía y políticas para ambientar el lugar.
- Tener café o té disponible en el área para los visitantes, además de colocar un bebedero.
- Colocar revistas o un televisor para el entretenimiento de los clientes se encuentren a la espera de algún servicio o de ser atendidos.

Optimización de tiempos en los procesos

- Contar con un software que sea capaz de mantener un registro de los equipos disponibles y los que no están disponibles, para fines de consulta rápida al momento en el cual un cliente solicite un equipo para renta.
- Disponer de baucher para los clientes que deseen realizar sus pagos con tarjetas
- Generar los recibos de manera automática

- Disponer de una línea fija con respuesta automática de WhatsApp disponible las 24 Horas.
- Contar con un registro de contacto e información personal de los clientes

Gestión de quejas y reclamaciones presentadas por los clientes

- Habilitar el buzón de sugerencias, ya que el que tienen actualmente sin papel y deteriorado.
- Crear un mensaje automático que les llegue a los clientes a modo de una encuesta justo después de haber recibido algún servicio que les permitan retroalimentar acerca del servicio.
- Solicitarle al personal de servicio al cliente que debe preguntarle al cliente como estuvo el servicio brindado, si este se sintió satisfecho o considera que la empresa debe mejorar en algo.
- Contar con una persona de recursos humanos que recolecte y gestione las quejas emitidas por clientes ya sea de manera virtual o física.
- Siempre preguntarles a los clientes como la empresa puede mejorar el servicio e implementar dentro de lo posible, las sugerencias dadas por los clientes.

Ventajas Competitivas para sobresalir en servicio y atención al cliente

- Realizar un estudio de mercado en la zona donde se encuentra la empresa con el fin de ofrecer mejores precios.
- Agilizar el proceso de entrega de equipos y servicios solicitados por los clientes.
- Implementar propagandas físicas y a través de medios digitales con el fin de promocionar la empresa y captar más clientes.
- Ampliar el paquete servicios ofrecidos, además de la renta de equipos y renta de bus, incluir servicios de taxi, renta de carros y alquiler de choferes privados.
- Ampliar el área geográfica de los servicios, creando sucursales en otros pueblos.

CONCLUSIONES

El cliente es la columna vertebral de todo negocio, por lo que se le debe ofrecer el mejor servicio y atención para que este pueda permanecer en la cartera de clientes de la empresa adquiriendo más productos o servicios y a la vez motive a otros consumidores a adquirir los productos o servicios que ofrece la empresa.

Los métodos y técnicas de investigación implementadas en la recolección de datos de este proyecto facilitaron la identificación de oportunidades de mejora de manera integral en lo que concierne al servicio y atención al cliente.

Entre las principales oportunidades de mejora identificadas se encontró que la empresa no cuenta con protocolos de comunicación formales para la atención a los clientes, el área de recepción es poco confortable, además de las múltiples quejas expresadas por los clientes por la demora en la entrega de los servicios solicitados, por otro lado también se pudo observar que actualmente tienen muchos equipos en malas condiciones mecánicas, lo que por ende disminuye la disponibilidad de estos y baja la productividad de la empresa.

Con el fin de proporcionar soluciones a las debilidades encontradas, se diseñó un plan de mejora conformado por la elaboración de protocolos de comunicación a través de los diferentes medios, que contiene el paso a paso de este proceso para garantizar la calidad en el servicio ofertado, además se diseñaron estrategias enfocadas al mejoramiento del servicio y atención al cliente de una manera integral, que contempla todos sus principales elementos, también se diseñaron perfiles de puestos enfocadas a las posiciones vinculadas a las áreas de servicios, y por último se estructuraron los principios elementales o básicos que deben considerarse al brindar un servicio y atención al cliente de calidad.

Este proyecto me permitió realizar mis aportes en el sector empresarial, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera. En el mismo tenor, también me brindó la oportunidad de hacer una contribución significativa a la empresa, ofreciéndoles las técnicas y estrategias para lograr la calidad en todos los aspectos del servicio que ofrecen a sus clientes

RECOMENDACIONES

Considero que para que la empresa alcance el éxito y la excelencia en el servicio debe emprender acciones enfocadas a priorizar la satisfacción total del cliente en todo momento, para esto deben mejorar la comunicación con los clientes a través de los protocolos establecidos, además de agilizar la entrega de los servicios a los clientes, así como también de ampliar y ambientar el área de espera y recepción, contratar personal calificado que cumpla con los requisitos de los perfiles diseñados, y por ultimo pero no menos importante, la empresa debe implementar medios para motivara sus empleados, ya que su estado emocional siempre se verá reflejado en la calidad de la atención y el servicio que prestan a los clientes.

En el mismo tenor recomiendo a la gerencia y partes involucradas identificar y evaluar oportunidades de mejora en sus áreas de servicios de una manera continua, es decir, realizar auditorías periódicas de su sistema de gestión integral de servicio y atención a los clientes.

BIBLIOGRAFÍAS

1. Lovelock, CH, y otros (2004). **Administración de servicios. Estrategias de Marketing, operaciones y recursos humanos.** México. Pearson Educación editorial.
2. Perez, Hc y otros (2013). **Comunicación y Atención Al Cliente. España. McGraw-Hill education.**

ANEXOS

Anexo 1: Carta aprobación de la empresa



Para: Universidad Abierta Para Adultos (UAPA)

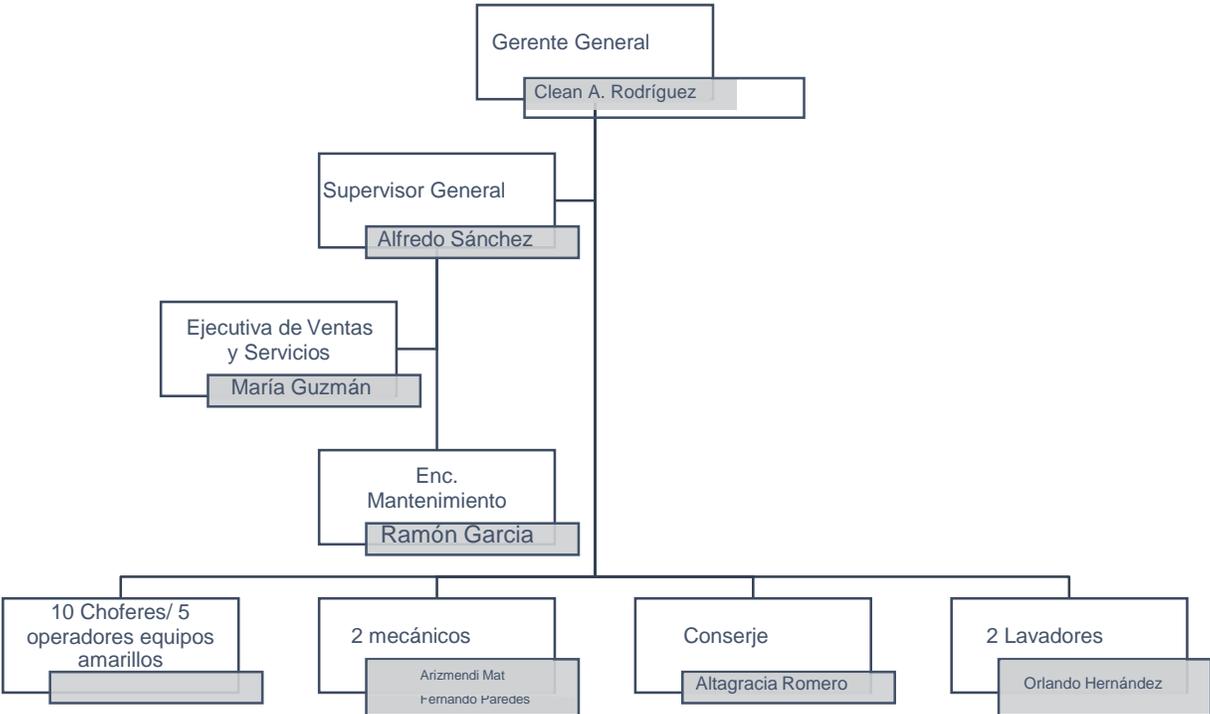
De: Clean Alb. Rodriguez Marte, Transporte Rodriguez Marte

Por esta vía hacemos constar de la autorización otorgada a la Sra. Blanca Iris Morales Almonte, cedula 118-0013646-4 y Matricula 12-0855, para la ejecución de un proyecto de investigación universitario concerniente a las áreas de atención y servicio al cliente de la empresa Transporte Rodriguez Marte.

Se expide el día 20 de enero del año 2020 a solicitud de la parte interesada.

Propietario
República Dominicana

Anexo 2: Organigrama de la empresa



Anexo 3: Plantilla evaluación de desempeño.



Resultado Entregable

Módulo 2: Plantilla Diagnostica Especializada

I. Evaluación del proveedor de servicios

Itema	Existente	Buena	Aceptable	Inapropiable
1. Imagen y cuidado personal.				
2. Cordialidad y cortesía.				
3. Comunicación personal.				
4. Conocimiento de los procesos.				
5. Escucha activa.				
6. Motivación y entusiasmo.				
7. Escucha y atención.				
8. Intelecto y destreza.				
9. Manejo de conflictos.				
10. Intelecto emocional.				

II. Evaluación de desempeño

Itema	Existente	Buena	Aceptable	Inapropiable
11. Estado y asistencia.				
12. Capacidad de cooperación.				
13. Habilidad para tomar decisiones.				
14. Responsabilidad y cumplimiento de tareas.				
15. Nivel de eficiencia y eficacia.				
16. Nivel de rendimiento al ejecutar tareas.				
17. Nivel de productividad creativa.				
18. Capacidad para resolver situaciones.				
19. Habilidades técnicas vinculadas al puesto.				
20. Habilidades sociales (empatía, comunicación, interacción).				



III. Evaluación del Local o medios físicos para proveer el servicio

Items	Excelente	Buena	Aceptable	Inaceptable
21. Instalaciones físicas.				
22. Higiene y pulcritud.				
23. Mobiliario adecuado.				
24. Áreas confortables o cómodas.				
25. Disponibilidad de parqueo.				
26. Áreas señalizados o bien identificados.				
27. Equipos climáticos en buenas condiciones.				
28. Accesibilidad accesible.				
29. Edificaciones condicionadas para dificultades motoras.				
30. Áreas de evacuación y emergencias identificadas.				

IV. Evaluación de medios digitales para proveer el servicio

Items	Excelente	Buena	Aceptable	Inaceptable
31. Central telefónica automatizada.				
32. Dispositivos climáticos disponibles.*				
33. Página Webs o servicios virtuales disponibles.				
34. Presencia o promoción de servicios en Redes sociales.				
35. Facilidad de interacción en medios digitales o virtuales.				
36. Capacidad de respuesta inmediata.				
37. Actualización de información.				
38. Manejo de los procesos digitales.				

*Computadoras, extensiones telefónicas, impresoras, máquinas electrónicas, entre otros.

V. Evaluación de los protocolos de servicio

Items	Excelente	Buena	Aceptable	Inaceptable
39. Implementación protocolos servicios y atención telefónicos.				
40. Implementación protocolos servicios y atención presencial.				
41. Implementación protocolos servicios y atención virtual.				



VI. Descripción protocolos usados en servicio al cliente

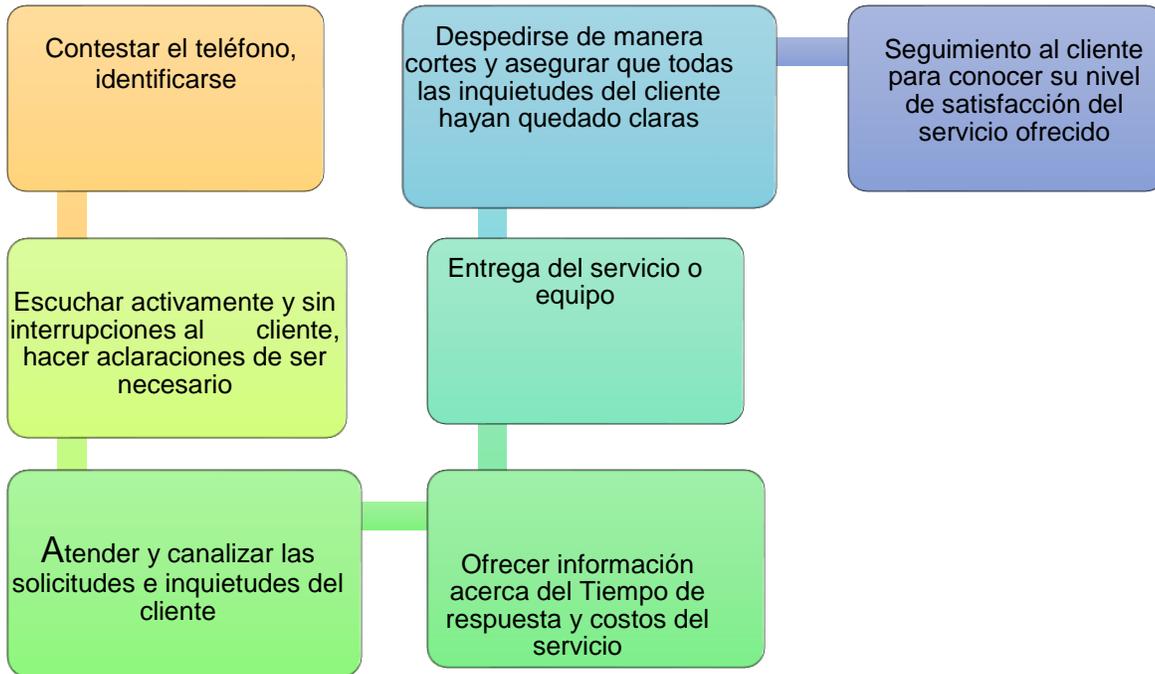
Protocolos.
Protocolo servicios y atención telefónica.
Protocolo servicios y atención presencial.
Protocolo servicios y atención virtual.

Anexo 4: Diagramas o flujograma sobre protocolos de servicios.

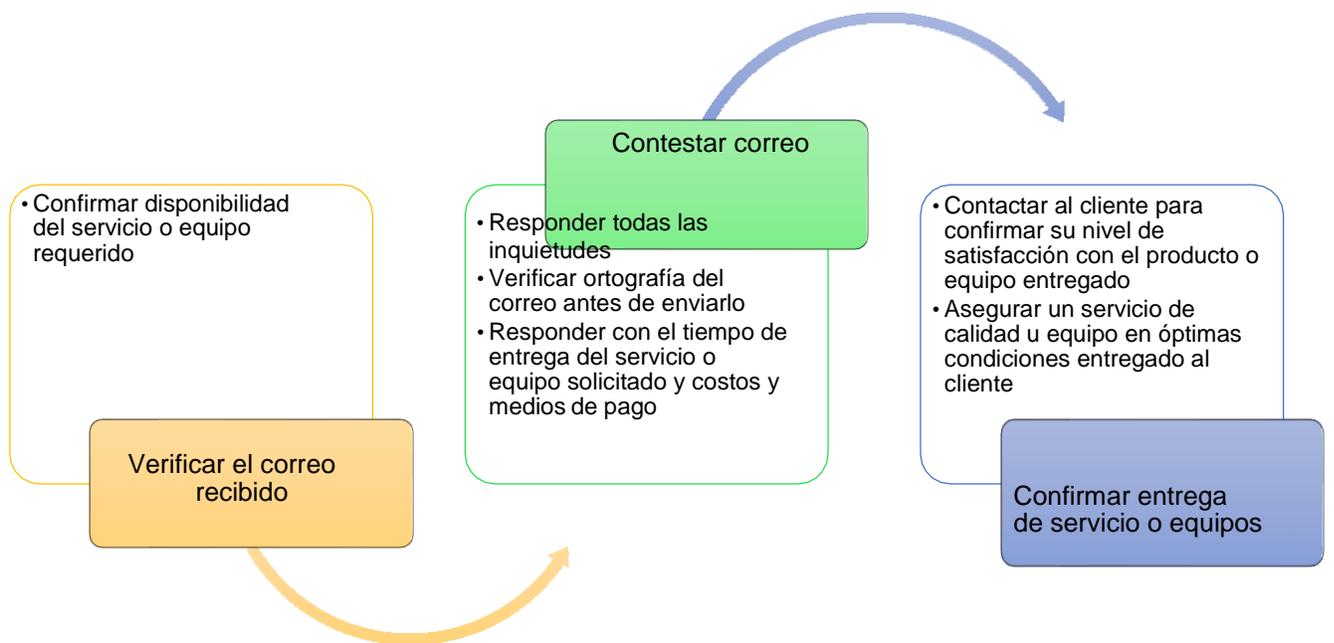
1. Protocolo atención Presencial



Protocolo atención vía telefónica



Protocolo Atención medios virtuales



Anexo 5: Fichas material multimedia

Video 1

FICHA MULTIMEDIA						
Elaborado por:	Blanca Morales		Fecha de elaboración:	Abril 2020		
Nombre de la empresa:	Transporte Rodríguez Marte SRL					
Descripción del contenido:	Video tutorial capacitación Protocolos de Servicio y atención al cliente					
Dirección Url:	https://youtu.be/3zual-AJXgk					
Tipo de material multimedia	Video	X	Audio		Tutorial	

Video 2

FICHA MULTIMEDIA						
Elaborado por:	Blanca Morales		Fecha de elaboración:	Mayo 2020		
Nombre de la empresa:	Transporte Rodríguez Marte SRL.					
Descripción del contenido:	Video Exposición final Curso Final de Grado					
Dirección Url:	https://youtu.be/EnTAIq7EWDk					
Tipo de material multimedia	Video	X	Audio		Tutorial	

Anexo 6: Plan de entrenamiento

Nombre de Entrenamiento	Servicio y atención al cliente
Objetivo	Proporcionar los protocolos y medios adecuados al personal que interactúa con los clientes para que sean capaces de atender y brindar un servicio de calidad.
Instructor	Blanca Morales Almonte
Empresa	Transporte Rodriguez Marte
Departamento	Ventas y Servicios
Participantes	Ejecutiva en ventas y servicios
Fecha y Horario	Miércoles 18 marzo 2020 2:00pm-4:00pm
Metodología	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Teoría 45 minutos ✓ Análisis y resumen del contenido ✓ Receso 15 minutos ✓ Practica con los diferentes protocolos 1 hora.
Recursos Logístico	Salón, proyector, mesa, computadora, agua, café, servicio Sanitario, material de apoyo
Material Didáctico	Diapositiva, teléfono, computadora, videos, folletos
Contenido Temático	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Concepto de servicio e importancia 3. Diferencias entre atención y servicio 4. Factores que generan insatisfacción en el servicio al cliente 5. Perfil de un profesional de servicio y atención al cliente 6. Principios básicos atención y servicio al cliente 7. Protocolo de comunicación cara a cara 8. Protocolo de atención vía telefónica 9. Protocolo de comunicación a través de redes sociales 10. Conclusión 11. Preguntas 12. Agradecimientos
Evidencia	Registro Fotográfico

Anexo 7: Plantilla estructuración de puestos y principios de servicios al cliente.

**Esquema Modulo IV (Parte uno)
Propuesta Plan de Mejora
Gestión Integral de Servicios y Atención al Cliente**

Nombre de la empresa	Transporte Rodriguez Marte
Tipos de empresa	Servicios de transporte y Rentas equipos
Ubicación:	Sector El progreso. Maimón, Monseñor Nouel

Punto 1: Indique los puestos de servicios y atención al cliente externo que funcionan en la empresa:

- Recepcionista o Gestor de Información
- Ejecutivo de servicios o de negocios
- Representante de cobros o cajero

Otro especifique_____

Punto 2: Desarrolle un perfil de competencias para puesto de servicios y atención al cliente externo que funcionan en la empresa:

 **Recepcionista o Gestor de Información**

Habilidades técnicas o conocimientos básicos	Habilidades interpersonales o sociales	Habilidades intrapersonales o personales
 Conocimientos básicos sobre atención y manejo de personas	 Empatía o identificación con los demás.	 Sentido común
 Conocimientos de las extensiones y nombres de los empleados de cada área o departamento	 Capacidad de escucha activa	 Autoestima equilibrada
 Conocimientos de las políticas y normativas de la empresa	 Manejo de conflictos	 Buena dicción
 Manejo de ofimática e informática	 Comunicación asertiva	 Autocontrol emocional
	 Inteligencia emocional	 Motivación
	 Carisma	 Iniciativa
	 Simpatía	 Seguridad en <u>si</u> mismo
		 Buena actitud

☺ Manejo del sistema de información, programas y protocolos de la empresa	☺ Liderazgo	☺ Imagen personal
---	-------------	-------------------

☺ **Ejecutivo de servicios o de negocios**

Habilidades técnicas o conocimientos básicos	Habilidades interpersonales o sociales	Habilidades intrapersonales o personales
☺ Conocimientos avanzados sobre atención y manejo de personas	☺ Empatía o identificación con los demás.	☺ Sentido común
☺ Técnico o superior en mercadeo o carreras afines	☺ Capacidad de negociación	☺ Habilidad para persuadir
☺ Conocimiento de los métodos de negocios de la empresa y precios de servicios ofertados.	☺ Capacidad de escucha activa.	☺ Autoestima equilibrada
☺ Conocimientos de las políticas y normativas de la empresa	☺ Manejo de conflictos	☺ Buena dicción
☺ Manejo de ofimática e informática	☺ Comunicación asertiva	☺ Autocontrol emocional
☺ Manejo del sistema de información, programas y protocolos de la empresa	☺ Inteligencia emocional	☺ Motivación
	☺ Carisma	☺ Iniciativa
	☺ Simpatía	☺ Seguridad en sí mismo
	☺ Liderazgo	☺ Buena actitud
		☺ Imagen personal

☺ **Representante de cobros o cajero**

Habilidades técnicas o conocimientos básicos	Habilidades interpersonales o sociales	Habilidades intrapersonales o personales
☺ Conocimientos básicos sobre atención y manejo de personas	☺ Empatía o identificación con los demás.	☺ Sentido común
☺ Conocimientos matemáticos	☺ Capacidad de escucha activa	☺ Autoestima equilibrada
		☺ Buena dicción

<ul style="list-style-type: none"> ☺ Conocimientos de las extensiones y nombres de los empleados de cada área o departamento ☺ Conocimientos de las políticas y normativas de la empresa ☺ Manejo de ofimática e informática ☺ Manejo del sistema de información, programas y protocolos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Manejo de conflictos ☺ Comunicación asertiva ☺ Inteligencia emocional ☺ Carisma ☺ Simpatía ☺ Liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> ☺ Autocontrol emocional ☺ Motivación ☺ Iniciativa ☺ Seguridad en <u>si</u> mismo ☺ Buena actitud ☺ Imagen personal
--	---	---

Punto 3: Redacte el protocolo de servicio de cada uno de estos puestos.

☺ **Recepcionista o Gestor de Información**

Tipo de servicio no presencial
<p>Protocolo</p> <ul style="list-style-type: none"> ☺ Paso 1 ☎: Contestar el telefono lo más pronto posible, identificarse ☺ Paso 2 ☎: Escuchar activamente y sin interrupciones al cliente, hacer aclaraciones de ser necesario ☺ Paso 3 ☎: atender y canalizar las solicitudes e inquietudes del cliente ☺ Paso 4 ☎: ofrecer información acerca del Tiempo de respuesta y costos del servicio ☺ Paso 5 ☎: Entrega del servicio o equipo ☺ Paso 6 ☎: Despedirse de manera cortés y asegurar que todas las inquietudes del cliente hayan quedado claras ☺ Paso 7 ☎: Seguimiento al cliente para conocer su nivel de satisfacción del servicio ofrecido
<p>Ejemplo</p> <ul style="list-style-type: none"> ☺ Paso 1 ☎: Buenos días/buenas tardes, <u>Transporte Rodríguez Marte, Blanca Morales le asiste, con quien tengo el gusto?</u> ☺ Paso 2 ☎: Hola Sra. Blanca Morales, Juan Guzman le habla. ☺ Paso 3 ☎: <u>Un placer, Sr. Juan Guzman, en que podemos servirle?</u>

- ☺ Paso 4☎: Estoy necesitando un tractor para rentarlo por dos días, con chofer incluido, cuanto es el costo?
- ☺ Paso 5☎: El costo es de 10,800 pesos. Puede hacer el pago vía transferencia o en efectivo, cual prefiere?
- ☺ Paso 6☎: Hare una trasferencia y le envié el recibo. A que hora puedo pasar a retirar el equipo?
- ☺ Paso 7☎: Puede pasar a retirarlo por el área de despacho a las 6:00am con el recibo en la mano, por favor proporcióneme todos sus datos para completarle el recibo de despacho.
- ☺ Paso 8☎: Juan Guzman, cedula 118-0013646-4.
- ☺ Paso 9☎: De acuerdo, muchas gracias, ¿algo más en lo que podamos servirle?
- ☺ Paso 10☎: No, mas nada. Gracias por el servicio.
- ☺ Paso 11☎: Luego de haber completado el servicio nos comunicamos nuevamente con el cliente para conocer su nivel de satisfacción con el servicio ofrecido.

☺ **Ejecutivo de servicios o de negocios**

Tipo de servicio cara a cara o presencial
Protocolo
<ul style="list-style-type: none"> ☺ Paso 1: Salude al cliente y de la bienvenida ☺ Paso 2: Preséntese formalmente con su nombre y cargo ☺ Paso 3: Ofrezca ayuda o póngase a la orden ☺ Paso 4: Identifique la necesidad del cliente ☺ Paso 5: Canalice la necesidad del cliente o resuélvala de ser posible ☺ Paso 6: Después de dar respuesta a su necesidad, pregunte si puede ayudarle en algo más. ☺ Paso 7: Despida al cliente con cortesía
Ejemplo
<ul style="list-style-type: none"> ☺ Paso 1: ¡Buenos días! Bienvenidos a transporte Rodríguez. ☺ Paso 2: Soy Mercedes Medina, ejecutiva de servicios. ☺ Paso 3: ¿En qué puedo ayudarle? ☺ Paso 4: Usted me dice que quiere rentar un bus de 30 pasajeros por una semana? ☺ Paso 5: ¡Claro con mucho gusto! Tenemos una disponible con chofer incluido a 2000 pesos por día, para un total de 14,000 por 7 días (una semana). Puede hacer el pago en efectivo o transferencia. ☺ Paso 6: ¿En algo más que le pueda servir? ☺ Paso 7: Fue un placer servirle. Que pase feliz resto del día.

☺ **Representante de cobros o cajero (Tipo de servicio presencial)**

Tipo de servicio cara a cara o presencial
Protocolo
<ul style="list-style-type: none"> ☺ Paso 1: Salude al cliente y de la bienvenida ☺ Paso 2: Preséntese formalmente con su nombre y cargo ☺ Paso 3: Ofrezca ayuda o póngase a la orden ☺ Paso 4: Identifique la necesidad del cliente ☺ Paso 5: Canalice la necesidad del cliente o resuélvala de ser posible ☺ Paso 6: Después de dar respuesta a su necesidad, pregunte si puede ayudarle en algo más. ☺ Paso 7: Despida al cliente con cortesía
Ejemplo
<ul style="list-style-type: none"> ☺ Paso 1: ¡Buenos días! Bienvenido a Transporte Rodríguez Marte ☺ Paso 2: Le atiende Altagracia Jimenez, encargada de caja. ☺ Paso 3: ¿En qué puedo ayudarle? ☺ Paso 4: Usted me dice que quiere pagar el servicio de renta de un minibús de 30 pasajeros por una semana? ☺ Paso 5: ¡Claro con mucho gusto! Son 14,000 pesos. Recibido. Tenga su recibo. Gracias. ☺ Paso 6: ¿En algo más que le pueda servir? ☺ Paso 7: Fue un placer servirle. Que pase feliz resto del día.

Esquema Modulo IV (Parte dos)
Propuesta Plan de Mejora
Gestión Integral de Servicios y Atención al Cliente

Elabore un protocolo general sobre los siguientes principios, debe explicar su significado y explicar cómo se debe aplicar al ofrecer el servicio al cliente.

Confiabilidad
La confiabilidad se da cuando el proveedor de servicio conoce bien su trabajo, los procesos, las políticas y normas de la empresa. El colaborador o proveedor de servicio debe asegurarse de ofrecer informaciones confiables y debe cumplir con sus responsabilidades al implementar cada proceso, de esta manera podrá asesorar mejor al cliente.
Rapidez
Agilidad para resolver las inquietudes de los clientes, entregar servicios etc. No basta con solo tener amabilidad, es importante brindar un servicio y atención oportuna al cliente.
Buena actitud
La buena actitud es la disposición que debe tener el proveedor de servicios para responder de manera cortés ante cualquier situación agradable o no que se le presente con el cliente. El colaborador debe siempre recordar que <u>un cliente nunca molesta</u> , que el cliente es la razón de ser de las organizaciones.
Disposición
Es la manera en que el proveedor de servicios debe proyectarse hacia el cliente, en disposición de servir y resolver sus inquietudes y solicitudes.
Atención a los detalles
El prestador de servicios debe ser cuidadoso con los detalles, en el producto o servicio que este ofrece para que el cliente no se lleve una mala impresión de lo adquirido
Entusiasmo
Para un vendedor negociar con éxito la venta de su producto o servicio debe contar necesariamente con un alto nivel de entusiasmo, transmitir emoción para poder influenciar en la toma de decisiones de sus clientes.

Escucha activa

La escucha activa en la venta y atención al cliente consiste en realizar un esfuerzo por oír y comprender las palabras de nuestros clientes, no interrumpir al cliente mientras habla y mostrarse interesado en lo que el cliente esta solicitando o hablando.

Comunicación asertiva

La asertividad como un comportamiento de comunicación en el que la persona que lo ejecuta ni agrede ni se somete a la voluntad de los demás, siendo capaz de manifestar sus convicciones y de defender sus derechos.

Compromiso

El compromiso con el cliente se traduce en lealtad hacia la empresa, es decir, cuando el prestador de servicios se compromete con el cliente a brindar lo mejor en el servicio y/o producto, la lealtad del cliente hacia la empresa aumenta.

Cortesía

La cortesía en el servicio al cliente es el trato amable y atención servicial que prestas a los clientes. En el caso de las organizaciones la cortesía es quizás la norma más sobresaliente al momento de atender clientes externos.

Empatía

La empatía es una habilidad en las relaciones interpersonales (proveedor de servicios- cliente), que permite comprender las emociones y sentimientos del interlocutor así como saber dejar de lado todas aquellas señales o expresiones que pueden perjudicar la conversación: saber escuchar, saber cuándo responder.

Imagen o cuidado personal

La imagen de los empleados impacta de manera positiva o negativa en la imagen corporativa de una empresa. Es imprescindible contar

con una excelente imagen personal y profesional. La imagen también vende.

Buena dicción

La dicción es la forma de emplear las palabras para formar oraciones, ya sea de manera oral o escrita. Se habla de buena dicción cuando el empleo de dichas palabras es correcto y acertado en el idioma al que estas pertenecen, sin atender al contenido o significado de lo expresado por el emisor.

Inteligencia emocional

La inteligencia emocional es lo que va a permitir que el proveedor de servicios sea capaz de reconocer, entender y responder adecuadamente a las emociones expresadas por los clientes. A no responder de manera irrespetuosa o descortés ante posibles provocaciones del cliente por inconformidades con el servicio o producto.

Autocontrol de las emociones

El autocontrol de las emociones es una habilidad con la que debe contar el colaborador que presta servicio al cliente, esto le permite manejar de forma adecuada sus emociones ante situaciones agradables o desagradables que se puedan dar con los clientes.

Sonreír

La sonrisa es la presentación personal que proyecta cortesía ante los clientes, es muy importante siempre presentarse con una sonrisa ante los clientes al brindar un servicio u atención.

Cordialidad

La cordialidad, siempre: el trato no debe ser distante o indiferente; es importante que quien esté en contacto con el cliente sea cortés y agradable. La cordialidad debe mantenerse aun cuando el cliente esté enojado o el empleado haya tenido un mal día.

Contacto visual

El contacto visual es parte del lenguaje no verbal que denota atención, enfoque en lo que el cliente esta expresando. Es sumamente importante mantener el contacto visual con el cliente siempre que se tenga una conversación con este.

Adecuada comunicación gestual o no verbal (Kinésica)

Saber manejar la comunicación no verbal como las gesticulaciones al expresarse o escuchar al cliente es parte importante de la comunicación efectiva y lo que se desea proyectar ante el cliente.

Modulación de voz (Tono, velocidad y timbre)

Escoger la velocidad, el tono y el timbre adecuada para dirigirse hacia el cliente, no se debe nunca alzar la voz ni hablar en mal tono al cliente, aun cuando este haya alzado su voz o hablado en mal tono.

Manejo de conflictos

El manejo de conflictos es una habilidad con la que debe contar el prestador de servicios para no incurrir en situaciones desagradables con el cliente. Debe buscar soluciones al cliente o indicarle como solucionar su problema.

Manejo de clientes complejos

Esta habilidad hace referencia al manejo correcto de clientes complicados o emocionalmente alterados. Es saber como lidiar con estas situaciones sin incurrir en momentos vergonzosos o de mal gusto para el cliente.

Clima o entorno de trabajo adecuado

El entorno de trabajo que se debe proyectar ante el cliente es de armonía, respeto, organización, coordinación y trabajo en equipo. Si un cliente observa que el entorno o clima laboral no es organizado, no hay respeto ni trabajo en equipo, es muy probable que este se lleve una mala imagen de la empresa y no tenga confianza en el servicio o producto que va a recibir.

Señalizaciones de áreas y departamento

Los departamentos deben estar debidamente identificados para facilitar la localización física cuando el cliente deba dirigirse a uno de estos.

Determinación

Determinación se refiere a cuando una persona tiene la cualidad de ser determinada, es cuando el prestador de servicios establece definiciones, limitaciones y conceptos por los cuales se dirige, y estos elementos forman parte de decisiones que ya esta persona ha tomado, y estas decisiones son invariables.

Pasión

Pasión es el amor hacia un oficio, en este caso hacia servir a los clientes. La pasión permite tener vocación por lo que se hace.

Anexo 8: Fotos de la empresa y del personal

Parte del personal de Operaciones Transporte Rodriguez Marte



Oficinas administrativas y Taller de mecánica



Área Lavadero Equipos Pesados



Anexo 9: Dedicatorias del proyecto.

Este proyecto va dedicado a mis dos hijas, Naysha y Nicole, quienes fueron mi motor, mi impulso de cada día para seguir y de manera muy especial también a mi madre por ser mi soporte en todo momento y hacerse cargo de mis niñas para yo poder asistir a mis clases y realizar mis tareas.