

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
UNIDAD ACADÉMICA PROFESIONAL CUAUTITLÁN IZCALLI**



**"LOGÍSTICA DE SERVICIOS: UN ENFOQUE INTEGRAL EN LAS
ACADÉMIAS DE DEFENSA PERSONAL, MEJORANDO SU
EFECTIVIDAD"**

REVISTA INDEXADA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN LOGÍSTICA

ASESORA:

MTRA. EN EDU. ELBA VALDEZ MÁRQUEZ

PRESENTA:

CLAUDIA JESSICA RUIZ FRAGA

CUAUTITLÁN IZCALLI, ESTADO DE MÉXICO. 06 AGOSTO DE 2025

INDICE

	Página.
Introducción.....	1
• Teoría de la motivación.....	1
• Teoría de la respuesta estímulo.....	2
• Teoría de aprendizaje.....	2
Metodología.....	2
• Paso 1. DAFO + Cadena de Valor de Porter.....	4
• Paso 2. Análisis de benchmarking.....	5
• Paso 3. Reingeniería.....	6
• Paso 4. Indicadores KPI's.....	6
• Paso 5. Ciclo de mejora.....	7
Resultados y discusión.....	7
• Formula de William G. Cochran.....	8
• Graficas de las encuestas.....	8
Conclusiones.....	13
• Modelo de la Academia de Defensa Personal.....	13
• Proceso en la Academia de Defensa Personal.....	14
Recomendaciones.....	16
Referencias.....	17

INDICE DE FIGURAS

	Página.
Figura 1: Diagrama FODA.....	4
Figura 2: Ciclo PHVA.....	7
Figura 3: Modelo de la Academia de Defensa Personal.....	13

INDICE DE TABLAS

	Página.
Tabla 1: Benchmarking en la escuela de karate.....	5
Tabla 2: Indicadores KPI's.....	6
Tabla 3: Formula William G. Cochran.....	8

INDICE DE GRÁFICAS

	Página.
Gráfica 1: Consecuencias de castigos excesivos en el progreso académico..	8
Grafica 2: Estrategias para alcanzar el éxito.....	9
Grafica 3: Retos en la planificación de eventos de graduación.....	9
Grafica 4: Bienestar estudiantil y rendimiento académico.....	10
Grafica 5: Actitud del docente y su impacto.....	10
Grafica 6: ISO 9001:2015 en educación: mejora continua.....	11
Grafica 7: Vías de comunicación para estudiantes, padres y empleados.....	11
Grafica 8: Falta de protocolo y sus consecuencias.....	12
Grafica 9: Excel en la educación.....	12

Resumen

México enfrenta problemas en el sector de servicios privados, incluyendo baja calidad, altos precios, falta de transparencia y regulación inadecuada. La implementación de la logística de servicios se debe enfocar en ofrecer un servicio de alta demanda y un trato personalizado que cumpla con las necesidades y expectativas requeridas. Al establecer las normas en gestión de calidad y los procesos efectivos en la logística de servicios contribuyen significativamente al crecimiento y éxito de la institución. Es importante que las organizaciones del sector deportivo y de servicios prioricen la creación en procesos integrales para mejorar la experiencia del cliente y lograr el éxito a largo plazo, lo cual contribuye al crecimiento profesional de esta misma. El presente artículo se investiga la relación entre logística de servicio y la satisfacción del cliente en una escuela de artes marciales, ya que esta refiere a la planificación y control de los procesos y actividades relacionadas con la prestación de servicios de enseñanza, esparcimiento en la cultura física y el deporte. La metodología incluye instrumentos de recopilación como: Diagnóstico DAFO + Cadena de Valor, Benchmarking, Reingeniería de procesos, Implementación de KPIs, PDCA. Para ejecutar la cadena de valor diseñada por Porter con el fin de identificar oportunidades y amenazas en el mercado, puesto que esta contiene estrategias particulares que las empresas analizan para obtener una mayor ventaja. Esto incluye la gestión de recursos humanos, materiales y financieros, así como la coordinación de eventos y diligencias para garantizar una experiencia de alta calidad para los estudiantes.

Palabras clave: Planificación, Servicio, Calidad, Inclusión social, Necesidades básicas.

Abstract

Mexico faces problems in the private services sector, including low quality, high prices, lack of transparency, and inadequate regulation. The implementation of service logistics should focus on offering a high-demand service and personalized service that meets the required needs and expectations. Establishing quality management standards and effective processes in service logistics significantly contribute to the institution's growth and success. It is important for organizations in the sports and services sectors to prioritize the creation of comprehensive processes to improve the customer experience and achieve long-term success, which contributes to the professional growth of the school. This article investigates the relationship between service logistics and customer satisfaction in a martial arts school, as it relates to the planning and control of processes and activities related to the provision of teaching and recreational services in physical culture and sports. The methodology includes data collection tools such as: SWOT Analysis + Value Chain, Benchmarking, Process Reengineering, KPI Implementation, and PDCA. To execute

the value chain designed by Porter in order to identify opportunities and threats in the market, since it contains specific strategies that companies analyze to obtain a greater advantage. This includes the management of human, material and financial resources, as well as the coordination of events and diligences to guarantee a high-quality experience for students.

Keywords: Planning, Service, Quality, Social inclusion, Basic needs.

INTRODUCCIÓN

La logística ha beneficiado a millones de personas a nivel mundial a lo largo de la historia, y sus raíces retoman al siglo XVIII con Carl von Clausewitz, considerado uno de los pioneros de este campo. Sin embargo, es importante mencionar que es más conocido por sus contribuciones a la teoría militar y estrategia. Aunque su trabajo impactó en aspectos logísticos relacionados con la guerra, hay otros personajes históricos y contemporáneos como: Mauricio de Sajonia (1697-1750), Federico II de Prusia (1740-1786) y el más conocido Sun Tzu (siglo V a.C) que también han hecho aportaciones significativas al campo de la logística. Por otro lado la definición oficial de esta, fue dada por el CSCMP (Council of Supply Chain Management Professionals) pero una muy similar fue otorgada por el profesor Donald J. Bowersox en su libro Logistical Management, ya que la describe como la gestión integral del flujo de materiales, productos e incluso información desde la fuente hasta el cliente final, asegurándose de alguna manera que llegue de una forma tanto eficiente como efectiva. Bowersox J. (1968), Council of Supply Chain Management Professionals (2013)

La logística de servicios se divide en público y privado, enfocándose en brindar apoyo a empresas que ofrecen servicio en cultura física y del deporte, restaurantes, comida rápida, educación, medicina, entretenimiento, bancarios, transporte, asesoría, entre otros, sobre todo porque el servicio es crucial dentro de la organización, sea esta grande, mediana, pequeña o microempresa. La calidad en la prestación de servicios es clave para satisfacer las necesidades del cliente, y es por eso que Philip Kotler (2000) menciona que los servicios son acciones o prestaciones intangibles que una persona o empresa ofrece a otra, y su calidad depende de cómo satisfacen las necesidades del cliente.

El presente proyecto tiene como objetivo investigar la relación entre logística de servicio y la satisfacción del cliente en una escuela de artes marciales, ya que esta refiere a la planificación y control de los procesos y actividades relacionadas con la prestación de servicios de enseñanza, esparcimiento en la cultura física y el deporte.

Con el fin de comprender de manera integral el tema en estudio, el marco de referencia son tres teorías, propuestas por psicólogos, ya que aportan elementos clave para esta investigación:

- Teoría de la motivación, propuesta por Abraham Maslow (1943): estipula que las necesidades impulsan al ser humano a cubrirlas iniciando con las básicas en alimentación, agua, refugio, etc. Hasta llegar a la última etapa que es satisfacer la autorrealización, aplicándolo a la escuela de artes marciales, se logra al obtener el primer Dan, es decir, puede influir en la participación, el rendimiento y la retención de los estudiantes. Al entender y aplicar las teorías de la motivación, los maestros pueden ayudar a los

estudiantes a alcanzar sus objetivos y a desarrollar una pasión duradera por las artes marciales.

- Teoría de la respuesta estímulo, planteada por Edward Thorndike (1898): menciona las respuestas que son seguidas de una consecuencia satisfactoria, o el aprendizaje se produce a través de estímulos y respuestas. También es conocida como la “Ley de efecto”. Aplicada en la escuela de artes marciales, mejora la ejecución, aumenta la confianza y reduce errores. Al entender y aplicar esta teoría, los maestros pueden crear un ambiente de aprendizaje efectivo y ayudar a los estudiantes a alcanzar sus objetivos.
- Teoría de aprendizaje, establecida por Ivan Pavlov (1890): busca entender cómo aprendemos y procesamos nueva información en aplicaciones prácticas con el conductismo en el comportamiento de los estudiantes hacia los maestros, el cognitivismo en la forma de almacenar información de las clases en nuestra mente, y el constructivismo en la comprensión a través de la experiencia en cada grado. Está es fundamental en una escuela de artes marciales, ya que puede influir en la forma en que los estudiantes aprenden y procesan la información. Al comprender y aplicar las teorías de aprendizaje, los maestros crean un ambiente de aprendizaje efectivo y ayudar a los estudiantes a alcanzar sus objetivos.

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo cualitativo, ya que busca comprender la experiencia y percepción de los clientes en relación con la logística de servicio en una escuela de artes marciales. Es un estudio comparativo y transversal, considerando que se reunirán datos en un momento específico y se compararán diferentes aspectos del servicio. Además, es un estudio de campo, dado que se recopilarán datos en el entorno natural de la escuela. Se utilizarán encuestas para analizar las experiencias y opiniones de los clientes, siendo esta una institución mediana con 600 personas, conformada por 300 estudiantes, 10 empleados y 290 padres de familia.

ALCANCE

El estudio es comparativo porque busca determinar la relación entre la logística de servicio y la satisfacción del cliente en una escuela de artes marciales, analizando cómo estos factores influyen en su competitividad en el mercado.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación tiene un diseño no experimental, transversal y de campo, donde se toman datos directamente en la escuela, en un momento específico, mediante encuestas y cuestionarios, sin intervención en las variables estudiadas.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la relación entre la logística de servicio y la satisfacción del cliente en una escuela de artes marciales, aplicando el modelo de la cadena de valor de Porter como herramienta para identificar áreas de mejora.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- 1) Identificar los procesos logísticos clave en la prestación del servicio dentro de la escuela.
- 2) Evaluar el nivel de satisfacción de los estudiantes y/o padres en relación con los servicios recibidos.
- 3) Aplicar el modelo de la cadena de valor para detectar oportunidades de mejora en los servicios prestados.
- 4) Interpretar los hallazgos para proponer estrategias competitivas basadas en las 5 Fuerzas de Porter.

En cuanto a la cadena de valor de Michael Porter, la metodología consiste en 5 pasos, los cuales son: diagnóstico inicial del FODA junto la cadena de valor de Porter, análisis benchmarking, reingeniería de procesos, KPI's y ciclo de mejora continua PHVA.

Paso 1: Diagnóstico inicial (DAFO + Cadena de Valor de Porter)

En el competitivo mundo de las artes marciales, es fundamental que las escuelas de karate cuenten con un plan sólido para alcanzar el triunfo. Para lograrlo, es necesario realizar un examen exhaustivo de los factores internos y externos que pueden influir en el desempeño de la academia. A continuación, presento un análisis FODA/DAFO (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) que permita identificar las áreas de mejora y desarrollar estrategias efectivas para impulsar el crecimiento y el desempeño de esta misma.

Figura 1.

FODA Escuela de karate.



Nota: Desarrollo propio.

La escuela muestra tener un equipo sólido de entrenadores y una comunidad activa, lo que nos da una base sólida. Sin embargo, se debe trabajar en mejorar la visibilidad y recursos para mantenerse competitivos y aprovechar las oportunidades de crecimiento.

Michael Porter en la cadena de valor, analizo los procesos internos de la academia, que se dividen en actividades primarias y de apoyo.

Actividades primarias:

- ✓ Enseñanza y entrenamiento de karate
- ✓ Clases y talleres para diferentes niveles y edades
- ✓ Preparación para competencias y torneos
- ✓ Certificación y graduación
- ✓ Eventos y actividades comunitarias

Actividades de apoyo:

- ✓ Administración y gestión de la escuela
- ✓ Mantenimiento de las instalaciones y equipo
- ✓ Marketing y promoción de la escuela
- ✓ Gestión financiera y contabilidad
- ✓ Gestión de recursos humanos

Paso 2: Análisis de benchmarking

La escuela de karate a comparación con otras academias, tiene las herramientas necesarias para poder alcanzar su máximo potencial. A continuación, presento una tabla examinando algunos puntos clave que destacan nuestras ventajas y áreas de mejora.

Tabla 1.

Benchmarking en la escuela de karate.

Criterio de evaluación	Escuela de karate	Escuela de taekwondo	Escuela de kung fu	Nuestra escuela
Calidad de la enseñanza	Llena las expectativas de los estudiantes	Llena las expectativas de los estudiantes	Llena las expectativas de los estudiantes	No satisface las expectativas
Infraestructura y equipamiento	Dojo moderno y equipado	Dojo moderno y equipado	Dojo básico	Dojo moderno y equipado
Comunicación y atención al cliente en redes sociales	Comunicación constante con padres y alumnos: Facebook, Instagram, Whats app	Correo electrónico WhatsApp	Comunicación regular con padres y alumnos: Facebook, Instagram, WhatsApp	Buzón de quejas en correo electrónico
Eventos y competencias	Torneos y seminarios frecuentes	Torneos y seminarios regulares	Torneos y seminarios regulares	Torneos y seminarios esporádicos
Organización de clases y eventos	Calendarios de clases bien estructurado	Sistemas de reservas en línea	Calendario físico y digital	Calendario físico
Recurso tecnológico	MindBody: Gestiona membresías, pagos, clases, hasta comunicación con estudiantes	Jackrabbbit Class: Plataforma que permite gestionar clases específicas	Zen Planner: Gestiona la escuela, clases, pagos, incluyendo membresías	Excel

Nota: Desarrollo propio.

Se visualiza en la tabla anterior, claramente las fortalezas y debilidades en comparación con otras academias del mismo deporte o de otros, lo que ayuda a enfocar los esfuerzos en áreas específicas para destacar en el mercado.

Paso 3: Reingeniería

Con base a la cadena de valor, considere las 5 actividades primarias, las cuales son las siguientes:

Acciones para mejorar:

- Simplificar y automatizar procesos administrativos para reducir la burocracia y mejorar la eficiencia.
- Implementar un sistema de mantenimiento preventivo para las instalaciones y equipo.
- Desarrollar programas de enseñanza y entrenamiento personalizados para diferentes niveles y edades.
- Invertir en marketing y promoción para atraer a nuevos usuarios

Paso 4: Desarrollo de los Indicadores KPI's.

Tabla 2.

Indicadores KPI's.

Elaboración propia Basada en encuesta realizada. Gráfica 8: Falta de protocolo y consecuencias.	Área de valor: Búsqueda de inconformidades Indicador: Encuesta de inconformidad Fórmula: $(\text{No. R. más seleccionadas} / \text{No. encuestados}) * 100$ $(217/234) * 100 = 92.7\%$ Interpretación: Toda aquella respuesta repetida con un intervalo mayor a 92.7% o mostrando el porcentaje más alto, será denominado como prioridad de enfoque.
Jakob Nielsen (2000) Gráfica 7: Vías de comunicación para estudiantes, padres y empleados	Área de valor: Vía de comunicación Indicador: Diversidad de canales de comunicación Fórmula: $(\text{No. R. más seleccionadas} / \text{No. encuestados}) * 100$ $(172/234) * 100 = 73.5\%$ Interpretación: Los resultados muestran que los encuestados asumen que el correo electrónico es el canal de comunicación más disponible para expresar sus inquietudes. Se puede evaluar la efectividad de los otros canales de comunicación y considerar si es necesario ampliar o mejorar la comunicación en estos aspectos.
Encuesta de satisfacción	Área de valor: Insatisfacción del cliente Indicador: Índice de insatisfacción del usuario Fórmula: $[(\text{No. R. seleccionadas "Bueno"} \times 10) + (\text{No. R. seleccionadas "Regular"} \times 0.5) + (\text{No. R. seleccionadas "Malo"} \times 0)] / \text{No. Encuestados} \times 100$ $[(25 \times 1) + (49 \times 0.5) + (29 \times 0)] / 103 = 0.48 \times 100 = 48\%$ resultado Detractor. Interpretación:

			
	BUENO 25	REGULAR 49	MALO 29

Los resultados de la encuesta Detractores (0-6) significa alumnos insatisfechos son el 76% que representan 78 alumnos, desglosados los datos alumnos regulares son el 48%, junto con el grupo que evaluó como malo son el 28% corresponden a los insatisfechos, ya que solo el 24% es el valor bueno, que respondió sentirse bien con las clases. Estos resultados sugieren que se necesitan mejoras en las clases para poder aumentar la satisfacción de los estudiantes y así abordar sus preocupaciones.

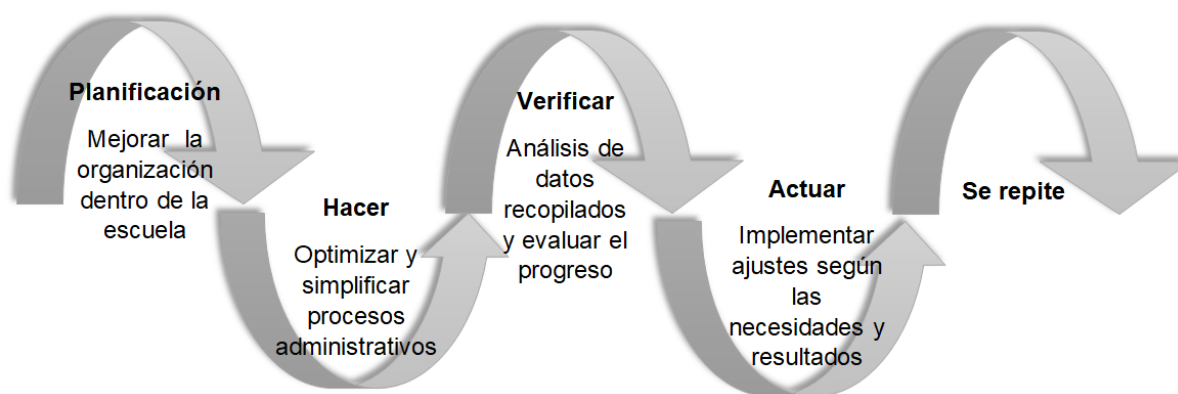
Nota: Desarrollo propio.

Paso 5: Ciclo de mejora

Walter Shewhart con su modelo PHVA el cual consiste en Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, busca la mejora continua dentro de las organizaciones en sus procesos y/o productos. Se han establecido para este proyecto:

Figura 2.

Ciclo PHVA en la escuela de karate.



Nota: Desarrollo propio.

RESULTADOS Y DISCUSION

La investigación es de tipo cualitativa, ya que busca comprender la experiencia del cliente dentro de la escuela de artes marciales desde su perspectiva. Es un estudio transversal utilizando

encuestas para recopilar datos. Esta institución cuenta con 300 estudiantes, 10 empleados y 290 padres de familia, lo que nos da un total de 600 personas.

Tabla 3.

Formula William G. Cochran.

$n = \frac{N(z^2)(p)(q)}{[N-1(e^2) + z(p*q)]}$ William G. Cochran (1977)	
n= Tamaño de la muestra	n=234
N= Tamaño de la población	N=600
z=Nivel de confianza deseado 95%=1.86	z=3.8416
p= Probabilidad del mercado a favor	p=50
q= Probabilidad de mercado en contra	q=50
e=Margen de error = 5	e=25
$n = \frac{600(3.84^2)(50)(50)}{[600-1(25^2) + 3.84(50)(50)]}$	

Nota: Desarrollo propio.

Los resultados de la muestra finita dan un total de 234 personas por encuestar, elabore el cuestionario con base a los 4 objetivos específicos para aplicar a 125 alumnos, 4 empleados, y 105 padres de familia, detallando la información en cada gráfica correspondiente:

Gráfica 1.

Consecuencias de castigos excesivos en el progreso académico.



Nota: Desarrollo propio.

El 89.3% afirma que, al implementar castigos severos e innecesarios en el avance de grado, genera un ambiente de desconfianza y temor teniendo un impacto negativo, mientras que el 9% menciona que fomenta la disciplina y el respeto hacia la autoridad.

Gráfica 2.

Dominar un arte marcial, estrategias para alcanzar el éxito.



Nota: Desarrollo propio.

El 70.5% menciona que establecer metas a corto plazo y evaluar el progreso constante, puede ser la estrategia más efectiva para optimizar el progreso y alcanzar los objetivos dentro de la academia. Por otro lado el 26.5% afirma el combinar el entrenamiento físico con el desarrollo mental y emocional.

Gráfica 3.

Retos en la planificación de eventos de graduación.

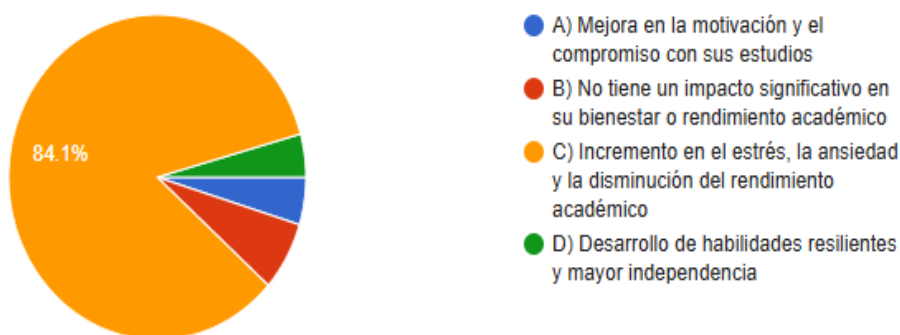


Nota: Desarrollo propio.

El 79.1% sugiere que el principal problema en la organización de eventos suele ser la falta de planificación y ausencia de información clara, lo cual genera una experiencia deficiente para los participantes y el 7.7% concluye que es el mismo desinterés de los alumnos y padres de familia.

Gráfica 4.

Bienestar estudiantil y rendimiento académico.

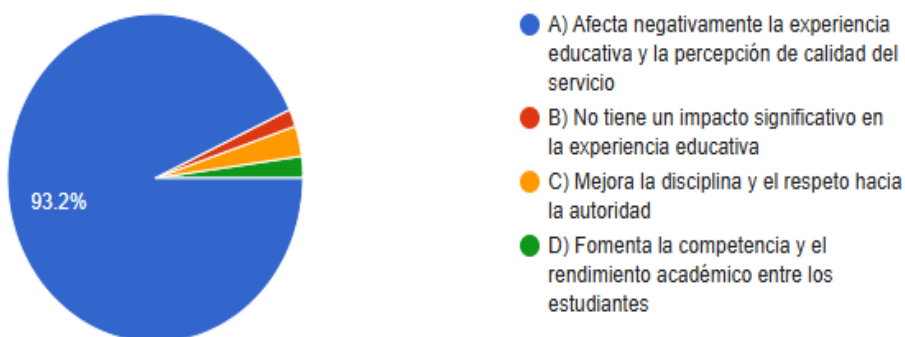


Nota: Desarrollo propio.

El 84.1% hace referente a que en el bienestar y el rendimiento académico de los estudiantes es un aumento en el estrés y la ansiedad, lo que puede llevar a una disminución en la motivación.

Gráfica 5.

Actitud del docente y su impacto.

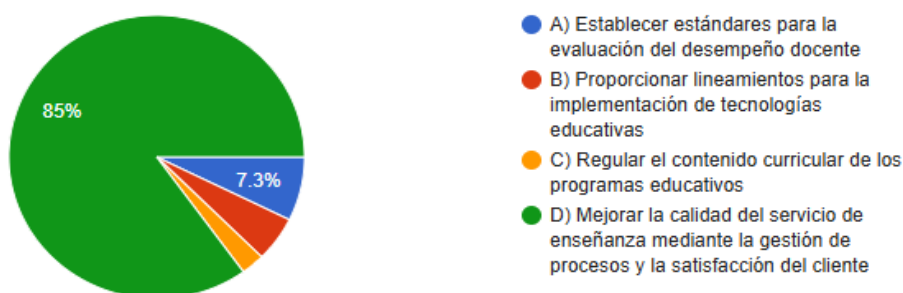


Nota: Desarrollo propio.

El 93.2% estipula que una actitud deficiente por parte de algunos maestros hacia los alumnos puede generar un ambiente de aprendizaje negativo, disminuir la motivación y la confianza de los estudiantes.

Gráfica 6.

ISO 9001:2015 en educación: mejora continua.

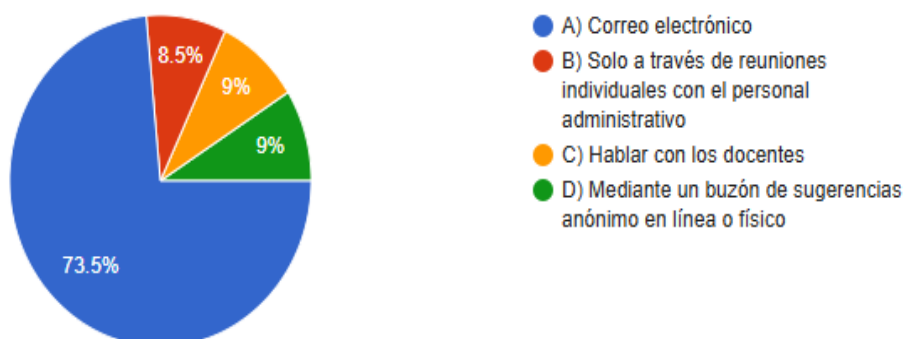


Nota: Desarrollo propio.

El 85% respondió que el propósito principal de la ISO 9000-2015 en el contexto de la educación es establecer un sistema de gestión de la calidad, la cual permita a las instituciones mejorar continuamente la calidad de sus servicios con la finalidad de aumentar la satisfacción de los estudiantes y otras partes interesadas, mientras que el 7.3% respondió en establecer estándares para la evaluación del docente.

Gráfica 7.

Vías de comunicación para estudiantes, padres y empleados.

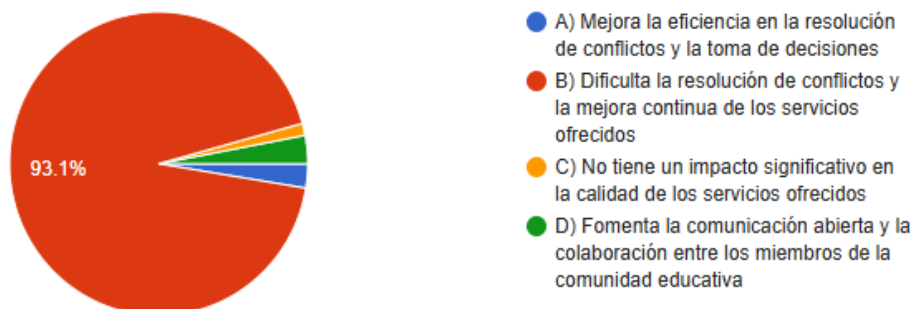


Nota: Desarrollo propio.

El 73.5% estipula que los canales de comunicación disponibles para que los estudiantes, padres o personal puedan expresar sus inquietudes o preocupaciones de manera efectiva incluyen el correo electrónico, mientras que un 9% voto por hablar con los docentes, a la par otro 9% mediante un buzón de sugerencias y el último 8.5% voto solo mediante reuniones individuales con el personal.

Gráfica 8.

Falta de protocolo y sus consecuencias.

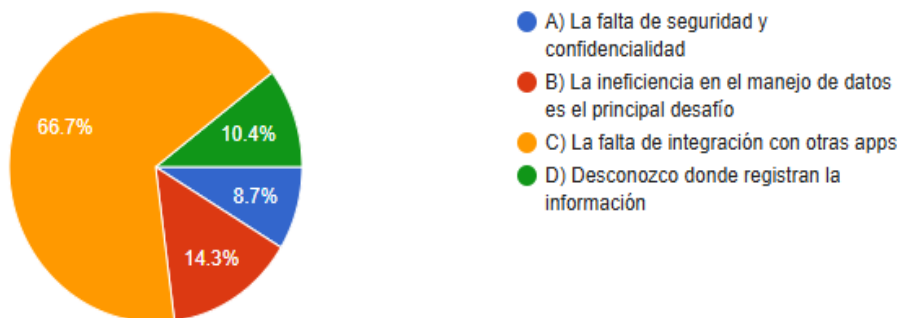


Nota: Desarrollo propio.

El 93.1% sugiere que el principal impacto de no tener un protocolo formal para la atención de quejas, genera dificultad en la resolución de conflictos y la mejora continua de los servicios ofrecidos.

Gráfica 9.

Excel en la educación.



Nota: Desarrollo propio.

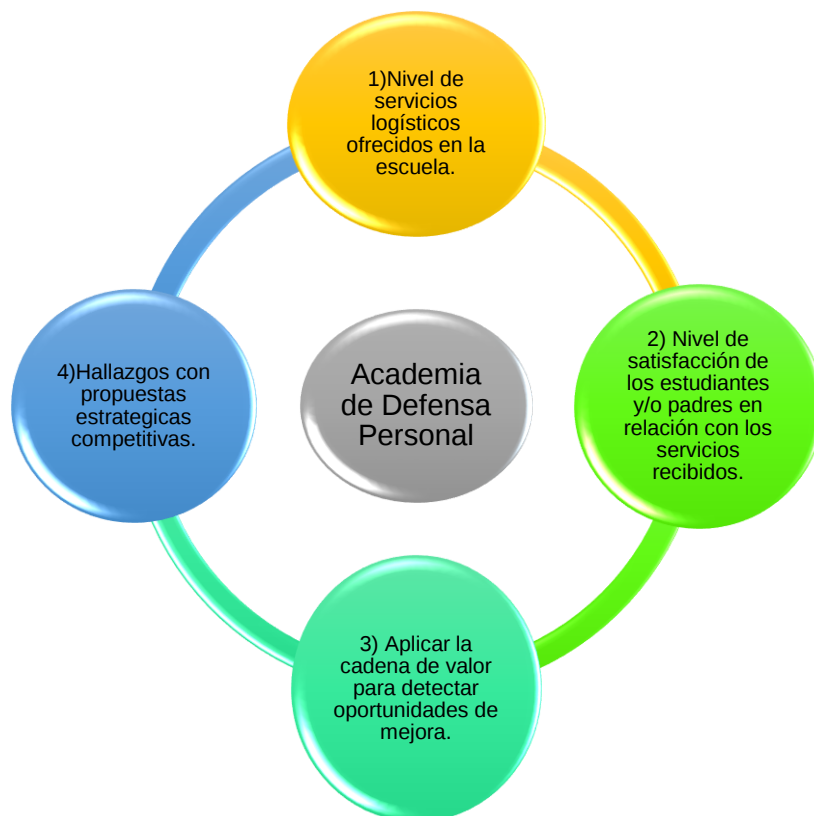
El 66.7% estipula que el principal desafío que enfrenta la institución educativa al utilizar hojas de cálculo en Excel, es la falta de integración con otras apps. El 14.3% respondió por la ineficiencia en el manejo de datos. El 10.4% desconoce donde registran la información, y el último 8.7% vota por la falta de seguridad y confidencialidad.

CONCLUSIONES

En este estudio, se analiza la relación entre la logística de servicio tomando en cuenta la norma ISO 9001-2015 la cual se enfoca en ayudar a las organizaciones a demostrar sus capacidades para proporcionar productos y/o servicios que cumplan con los requisitos de los clientes, con sus respectivas cláusulas: la “4” contexto de la organización, “5” liderazgo, “6” planificación, “7” soporte, “8” operación, “9” evaluación del desempeño y la “10” mejora, junto a la norma ISO 45001, está nos indica acerca de los sistemas de gestión de la salud y seguridad en el trabajo. Mejorando la consistencia en la entrega del servicio reduciendo la variabilidad y la satisfacción del cliente en una escuela de artes marciales, solucionando cada indicador, se implementa un sistema de retroalimentación y acción correctiva para abordar las causas de las inconformidades más comunes, amplio y mejoro los canales de comunicación con los usuarios y establezco un plan para abordar las áreas específicas que generan satisfacción en los clientes y lo controlo mediante indicadores clave de rendimiento y seguimiento periódico, aplicando el Modelo de la Academia de Defensa Personal y el Proceso que se desprende de éste, como herramienta para identificar y solucionar áreas de mejora.

Figura 3.

Modelo de la Academia de Defensa Personal.



Nota: Desarrollo propio.

Es importante el analizar y diseñar el modelo enfocado en la academia de defensa personal, de acuerdo a las necesidades de ésta, y con base a sus recursos en: infraestructura, con el personal que posee y lo monetario disponible, para tomar las decisiones que favorezcan a la escuela a través de especificar el proceso que brinda las acciones estandarizadas y efectivas para lograr los objetivos específicos.

Proceso en la Academia de Defensa Personal

Etapas 1. Nivel de servicio logístico ofrecidos en la escuela

- Inscripción y registro de estudiantes
- Evaluación y seguimiento del desempeño
- Comunicación con usuarios
- Administración de recursos y materiales
- Organización en fechas de eventos importantes
- Asociación con organizaciones importantes
- Entrega de reconocimientos por el esfuerzo como alumno y acciones humanas extraacadémicas
- Crear retos motivacionales en cada clase para integrar a cada grupo y su maestro
- Incluir servicios de apoyo holístico
 - Planeas de acondicionamiento físico también para la comunidad
 - Asesoramientos nutricionales y psicólogos en la misma escuela

Etapas 2. Nivel de satisfacción de los estudiantes y/o padres en relación con los servicios recibidos.

- Indicador: Encuesta de inconformidad, es prioritario atender los siguientes insatisfactorios que son:

1. Afecta negativamente a la experiencia educativa

Solución: Crear programas personalizados de enseñanza y entrenamiento al mismo tiempo que se simplifican y se automatizan los procesos administrativos, permitiendo así una mejor experiencia más adaptada para cada alumno.

2. Dificulta la resolución de conflictos y la mejora del servicio

Solución: Mejorar la comunicación al mismo tiempo que se simplifica los procesos administrativos, para que así, el personal pueda enfocarse más en la atención al cliente, lo que contribuye a resolver conflictos de manera más ágil.

3. Genera ambiente de desconfianza

Solución: Fomentar la transparencia y la comunicación, así mismo tener acceso a información precisa, actualizada, pero sobre todo clara utilizando un lenguaje sencillo para los estudiantes y padres de familia.

- Indicador: Diversidad de canales de comunicación

Solución: correo electrónico es el canal de comunicación más disponible con un 73.5% pero para incrementar la comunicación al 100% se crean grupos de WhatsApp por cada grupo y nivel de clase con los alumnos y padres de familia.

- Indicador: Índice de insatisfacción del usuario.

El resultado es del 48% siendo un resultado Detractor, es decir el 76% están insatisfechos que representan a 78 alumnos, presentan inconformidad con las clases de karate, ya que solo un 24% respondió sentirse bien con estás.

Solución: Aplicar cada semana este indicador y personalizar cada inconformidad para solucionarla en el momento e idear un proceso de quejas para solucionar cada una, prever que se repita la inconformidad y erradicarla de la escuela, para alcanzar el 100% de satisfacción a lo largo de cada semana.

Etapas 3. Aplicar la cadena de valor para detectar oportunidades de mejora.

- a) Planificación: Norma ISO 9001-2015 (Cláusula 4 Contexto de la organización, Cláusula 6 Planificación)

- ♦ Planificación de clases
- ♦ Definir objetivos alcanzables

- b) Hacer: Norma ISO 9001-2015 (Cláusula 8 Operación)

- ♦ Proporcionar capacitación continua a los instructores
- ♦ Control de documentos para que estén actualizados y disponibles para revisión

- c) Verificar: Norma ISO 9001-2015 (Cláusula 9 Evaluación del desempeño)

- ♦ Monitoreo de progreso de los alumnos
- ♦ Auditorías internas
- ♦ Realizar encuestas cada mes para recopilar retroalimentación de los alumnos

- d) Actuar: Norma ISO 9001-2015 (Cláusula 10 Mejora) Norma ISO 45001 (Sistema de la gestión y la seguridad en el trabajo)

- ♦ Actualizar documentos según sea necesario
- ♦ Desarrollar un plan de seguridad anti siniestros
- ♦ Proporcionar una capacitación de seguridad a los instructores

Etapas 4. Hallazgos con propuestas estratégicas competitivas.

- a. Establecer una marca fuerte y reconocida
 - Acción: Invertir en marketing digital y promoción al crear anuncios en redes sociales y google ads durante 3 meses o hasta alcanzar un número determinado de inscripciones con un enfoque en proporcionar clases de prueba gratuitas para atraer nuevos usuarios.
- b. Poder de negociación de los proveedores
 - Acción: Implementar un sistema de mantenimiento preventivo para las instalaciones
- c. Poder de escuchar las necesidades de los alumnos
 - Acción: Desarrollar programas de enseñanza y entrenamiento personalizado
- d. Amenazas de servicios sustitutos
 - Acción: Monitorear y analizar tendencias tecnológicas
- e. Rivalidad entre competidores
 - Acción: Simplificar y automatizar procesos administrativos para reducir costos y ofrecer precios competitivos.
- f. Nuevas tecnologías
 - Acción: Implementar una plataforma tecnológica más avanzada para gestionar membresías, pagos, clases y comunicación con estudiantes de manera personalizada innovando los servicios.
- g. Retención de alumnos
 - Acción: Aumentar la frecuencia de eventos planificando 2 o 3 torneos al año para mantener el interés de la motivación y participación de los alumnos.

Al combinar estos componentes y ejecutar el proceso, la escuela puede mejorar la calidad del servicio, aumentar la satisfacción de los estudiantes y padres, al mantener de manera efectiva una posición competitiva.

Este proyecto lo selecciono en el ámbito de la logística de servicios, porque es un área que me motiva a organizar, diseñar planes, crear modelos, desenvolver procedimientos, y la resolución de problemas se desarrollen de una manera más eficiente y efectiva. Creo firmemente que esta área de la logística se puede mejorar, para que no solo escuelas de artes marciales funcionen correctamente, sino a su vez diversas compañías puedan salir adelante y sus clientes queden satisfechos con lo que ofrecen.

RECOMENDACIONES

- 1) Al estandarizar los procesos e implementar un sistema de calidad como la ISO9001-2015, ayuda a organizar mejor las funciones o actividades en la escuela de karate, asegurando

que los servicios se brinden de una manera consistente y también efectiva para los alumnos.

- 2) En cualquier empresa o negocio de servicios es indispensable mejorar la comunicación al establecer canales de comunicación claros y bidireccionales entre instructores, alumnos, padres de familia y administración, permitiría resolver los problemas de manera más rápida y mantener a todos informados, mejorando la experiencia en la escuela.
- 3) En nuestro país de acuerdo con la Ley Federal del Trabajo es una obligación capacitar al personal, entrenar a los instructores y personal administrativo en otras áreas como atención al cliente y ética profesional contribuiría a crear un ambiente más respetuoso y enfocado en el desarrollo de los alumnos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armando, B. M. (2003, 1 octubre). *La actualidad del pensamiento de Carl von Clausewitz*. <https://journals.openedition.org/revestudsoc/25599?lang=en>

Author, G. (2021, 16 agosto). *Philip Kotler: conoce la historia y las principales contribuciones del padre del Marketing moderno*. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/philip-kotler/>

Britannica. (2025). *Edward L. Thorndike, American psychologist*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Edward-L-Thorndike>

Correas, V. F. (2022, 17 junio). *Los personajes de Mühlberg: Mauricio de Sajonia – Víctor Fernández Correas*. Víctor Fernández Correas. <https://victorfernandezcorreas.com/lospersonajes-de-muhlberg-mauricio-de-sajonia/>

Desperta Ferro Ediciones. (2022, 22 junio). *Federico el Grande. El auge de Prusia – Desperta Ferro Moderna n° 24*. <https://www.despertaferroediciones.com/revistas/numero/desperta-ferro-moderna-n-24 federico-grande-auge-prusia/>

Dr. Gautier R. & Dr. Boeree G. (2003) *Teorías de la personalidad*. Abraham Maslow <https://webpace.ship.edu/cgboer/maslowesp.html>

Ealde. (2023, 7 julio) *Guía ISO 9001: Claves para implementar un sistema de gestión de localidad eficiente* <https://www.ealde.es/iso-9001-para-que-sirve/>

Gat, & Azar. (2025, 28 mayo). *Carl von Clausewitz | Prussian General & Military Strategist*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/CarlvonClausewitz>

- Latam, S. (2024, 22 octubre). *Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo?* Salesforce.
<https://www.salesforce.com/mx/blog/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo/>
- Lora, H. & Garcés, L. (2020) *Análisis de los procesos logísticos de una organización mediante el modelo de Donald Bowersox*. Revista científica Anfibios.
<https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/62/92>
- Mark, J. J., & Coelacan. (2025). Sun-Tzu. *World History Encyclopedia*.
<https://www.worldhistory.org/Sun-Tzu/>
- Nobel Prize Outreach (2025) *Ivan Pavlov – Biographical*. NobelPrize.org.
<https://www.nobelprize.org/prizes/medicine/1904/pavlov/biographical/>
- Roa I. & Ruiz C. (2018, 3 enero). *Importancia y complejidad de la logística internacional*. Revista Logistec.
<https://www.revistalogistec.com/logistica/global2/2606importanciaycomplejidad-de-la-logistica-internacional>
- Sulbarán, I. (2024, 5 julio). *Conoce a Philip Kotler, el padre de la Mercadotecnia* - Tiffin University.
Tiffin University. <https://global.tiffin.edu/blog/philip-kotler-el-padre-de-la-mercadotecnia>