

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

VIDA NUEVA

SEDE MATRIZ



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA

**IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA 5S DE LA CALIDAD, EN EL BAZAR Y
PAPELERÍA CHRISTOPHER PARA LA MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

PRESENTADO POR

SÁNCHEZ VALDIVIEZO JONATHAN FERNANDO

TUTOR

ING. FLORES TORRES PAULA KATHERINE MG.

FECHA

DICIEMBRE 2022

QUITO – ECUADOR

Tecnología Superior en Administración

Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema:
“Implementación de la metodología 5S de la calidad, en el Bazar y Papelería Christopher para la mejora de la atención al cliente”, presentado por el ciudadano Sánchez Valdiviezo Jonathan Fernando, para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de diciembre de 2022

Tutor: Ing. Flores Torres Paula Katherine Mg.

C.I.: 0104889761

Tecnología Superior en Administración

Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Implementación de la metodología 5S de la calidad, en el Bazar y Papelería Christopher para la mejora de la atención al cliente”, presentado por el ciudadano Sánchez Valdiviezo Jonathan Fernando, facultado en la carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

Ing.

C.I.:

DOCENTE ISTVN

Tecnología Superior en Administración

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Sánchez Valdiviezo Jonathan Fernando portador de la cédula de ciudadanía 172253830-1, facultado en la carrera Tecnología Superior en Administración, autor de esta obra, certifico y proveo al Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Implementación de la metodología 5S de la calidad, en el Bazar y Papelería Christopher para la mejora de la atención al cliente”, con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional, bajo la licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de diciembre de 2022

Sánchez Valdiviezo Jonathan Fernando

C.I.: 172253830-1

Dedicatoria

Este proyecto está dedicado a mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un propósito y un logro más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque se han enseñado que Dios siempre estará conmigo.

A mis hermanas por su apoyo incondicional, durante todo este proceso y por estar conmigo en todo momento. A mí querida esposa y mis hijos porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen el Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva mención Administración, por confiar en mí, y abrirme las puertas, e impartirme sus conocimientos para cumplir una más de mis metas establecidas.

El más sincero agradecimiento a mis padres y hermanos que siempre me apoyaron para llegar a cumplir este sueño, que es de ser un hombre de bien y con una profesión, y por supuesto también a mis compañeros que de una u otra manera siempre estaban en los momentos difíciles de mi vida estudiantil.

Tabla de Contenido

Resumen	10
Abstract	11
Introducción	12
Tema de Investigación	13
Planteamiento del Problema	13
Descripción de la situación problemática	13
Formulación del Problema	15
Antecedentes	16
Justificación	18
Objetivos	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos	19
Marco Teórico	20
Cliente	22
Tipos de clientes	22
Cliente Potencial	23
Cliente Nuevo	23
Cliente Impulsivo	23
Cliente de Descuentos	24
Cliente Leal o Satisfecho	24
Atención al Cliente	24
Calidad	24

	8
Satisfacción del Cliente	25
Metodología Lean	25
Las 5S de la Calidad	26
Seiri (clasificación)	27
Seiton (orden u organización)	28
Seiso (limpieza)	29
Seiketsu (estandarización)	30
Shitsuke (disciplina y compromiso)	31
Los Beneficios de la Aplicación de las 5S de la Calidad:	32
Tiempos Muertos	32
Tiempo Productivo	33
Tiempo Improductivo	33
Tiempo de Ocio	33
Metodología y Desarrollo del Proyecto	34
Variables y Definición Operacional	34
<i>Nota.</i> Operalización de variables	35
Diseño Muestral	35
Técnicas de Recolección de Datos	36
Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información	36
Encuesta	37
Entrevista	42
Ficha de Observación	44
Análisis situacional	45

	9
Ishikawa o Espina de Pescado	45
Mapa de proceso As-Is	46
Diagrama de flujo As-Is	47
Aplicación de la Metodología 5s de la Calidad.	49
Mapa de Procesos To-Be	54
Diagrama de flujo To-Be	55
Propuesta	56
Datos de la Empresa	57
Reseña Histórica	57
Misión	58
Visión	58
Valores	59
Conclusiones	62
Recomendaciones	63
Referencias	64
Anexos	66

Resumen

El presente proyecto tiene como finalidad la implementación de la metodología de las 5S de la calidad, aplicando técnicas de medición de la satisfacción al cliente en Bazar y Papelería Christopher. La metodología del proyecto es de tipo correlacional, que determina la relación entre las variables cuantitativas y cualitativas, dentro de una población de estudio de 4.500 clientes que frecuentan al local comercial, en donde se obtuvo una muestra total de 194 clientes.

La aplicación de las 5S de la calidad permitirá la mejora de la papelería, en temas de orden, limpieza, la atención al cliente, guiándoles antes, durante y después de la venta, e incluso en servicio postventa, como resultado de aquello se obtiene su fidelización, evitando la pérdida de clientes y generado referencias positivas. La obtención de la información se realizó a través de encuestas con la finalidad de conocer la satisfacción, y superar las expectativas del cliente.

Palabras Clave: Cliente, Atención al cliente, Calidad, Satisfacción del cliente, Las 5S de la Calidad.

Abstract

The purpose of this project is to implement the 5S quality methodology, applying customer satisfaction measurement techniques in Bazaar and Stationery Christopher. The methodology of the project is correlative, which determines the relationship between quantitative and qualitative variables, within a study population of 4,500 customers who frequent the commercial premises, where a total sample of 194 customers was obtained.

The application of the 5S of quality will allow the improvement of stationery, on issues of order, cleanliness, customer service, guiding them before, during and after the sale, and even in after-sales service, as a result of that you get your loyalty, avoiding customer loss and generating positive referrals. The information was obtained through surveys in order to know the satisfaction, and exceed customer expectations.

Keywords: Customer, Customer Service, Quality, Customer Satisfaction, Quality 5S.

Introducción

El presente proyecto parte de la necesidad de implementar la metodología 5S de la calidad en el Bazar y Papelería Christopher, como mejora para la atención al cliente; la implementación de los pilares de dicha metodología tiene como finalidad principal satisfacer y superar las expectativas del cliente al momento de adquirir los diversos productos o servicios ofertados por la papelería.

El mejoramiento de la atención al cliente depende de factores tales como la orientación, comunicación y finalmente la satisfacción, para ello se estableció en implementar la metodología para conocer a los clientes y medir su grado de insatisfacción, con la finalidad de obtener resultados mediante la utilización de encuestas que permita conocer las falencias y tomar decisiones que favorezcan a ambas partes.

Por consiguiente, el presente proyecto titulado; Implementación de la metodología 5S de la calidad, en el Bazar y Papelería Christopher para la mejora de la atención al cliente.

Lo anterior se establecerá en los siguientes capítulos:

Capítulo 1: Se presenta el marco teórico donde se muestra las bases teóricas y definición de términos aplicadas en la investigación.

Capítulo 2: Comprende de la metodología y desarrollo del proyecto donde se expone el objetivo de estudio y conforme a los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de recolección de datos se realiza la propuesta del modelo de aplicación de calidad.

Capítulo 3: Obtenemos los resultados y análisis de la información de la técnica utilizada para la medición de la satisfacción del cliente.

Finalmente se podrá encontrar conclusiones que complementen al estudio realizado.

Tema de Investigación

Implementación de la metodología 5S de la calidad, en el Bazar y Papelería Christopher para la mejora de la atención al cliente

Planteamiento del Problema

Descripción de la situación problemática

Desde inicios de la historia hasta la actualidad hay una alta demanda por parte del consumidor al momento de adquirir un servicio o un producto, centrándose principalmente en adquirir un servicio y atención de calidad; su origen se remonta a la década de los años 50, aunque se perfeccionó durante los años 60. Este método fue creado para dar una respuesta eficiente a las necesidades de aquel entonces por parte de las grandes empresas nacionales tras la Segunda Guerra Mundial.

Mediante el paso de los años entre los 50 y 60 en Japón se crea el Instituto para la Calidad por el cual dio a conocer que la calidad debe entenderse como un proceso de mejora continua, los trabajadores deben implicarse en los procesos de producción, organizándose en círculos de calidad. Por ello la clave para ese soporte está en la construcción de buenas relaciones, un ambiente positivo, servicial y amigable, que garantice a los clientes salir con una buena impresión.

Basándose en lo antes expuesto Bazar y Papelería Christopher parte de las necesidades en el mejoramiento para la atención al cliente, visualización organizada utilizando la metodología de las 5S de la calidad; esta metodología parte como una filosofía de mejora continua, conocida mundialmente gracias al impacto y cambios que genera en una organización y que aporta con avances en el uso de los recursos y en el mantenimiento del orden y limpieza. Por lo cual se realizará un estudio sobre el manejo de la infraestructura en cuanto a la visualización y

accesibilidad en Bazar y Papelería Christopher, utilizando los cinco pilares de las 5S en varios contextos, que se traducen en un incremento de la productividad, fidelización por parte del cliente, un mejor aprovechamiento del tiempo y la obtención de resultados de alta calidad, obligando de esta manera a conocer los gustos, necesidades y preferencias de cada uno de los clientes, por lo que al desarrollar un sistema de comunicación ayudará a tomar decisiones que favorezcan positivamente a ambas partes.

En Bazar y Papelería Christopher, actualmente se han detectado carencias de estándares de limpieza, seguridad en el puesto de trabajo, y desmotivación en los operarios, obligándose de esta manera a realizar cambios rápidos con una visión a largo mediano y corto plazo. Peter Drucker afirmó que: “El propósito de un negocio es crear y servir a un cliente”.

De esta forma, es posible asegurar mejoras internas y una mayor satisfacción en el cumplimiento de las demandas de los clientes, ya que ayuda a evaluar plenamente las expectativas del público. La satisfacción es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio (Oliver, 1980).

Es importante departir sobre la función de la calidad dentro de las organizaciones, su impacto en el mercado, el progresivo aumento del interés de la comunidad académica, los cambios que ha sufrido en sus principios y prácticas, la organización de los expertos en la materia son indicadores de su avance. Valls (2007) explicó que para alcanzar la calidad deben de cumplirse una serie de requisitos que vienen demandados por el cliente. Debe priorizarse la eficacia en la consecución de dicho objetivo, lo más eficientemente posible y así se alcanzará una gestión efectiva de la organización.

La organización se centra principalmente en la satisfacción del cliente, con el fin de superar sus expectativas y ofrecer productos y servicios de alto nivel. Esta metodología de la 5S de la calidad, ayudara a transferir al equipo la oportunidad de aplicar las mejoras, mismas que pueden ser tangibles, como el incremento de la productividad, la mejora de la calidad y seguridad y a veces suele ser intangible como el liderazgo, la consolidación de la toma de responsabilidades, la proactividad, la gestión del talento y la sinergia del equipo.

Formulación del Problema

¿De qué manera se implementa la metodología de la 5S para el mejoramiento en la atención al cliente en Bazar y Papelería Christopher?

Antecedentes

Carreño, Bustamante (2022), en su proyecto técnico titulado “Implementación de la metodología 5S para la mejora de gestión en una industria procesadora de empaques flexibles”, presentan un proyecto basado ciertamente en la inspección y el levantamiento de información dentro de la empresa, para así analizar qué puntos necesitan esta implementación. Los autores realizaron su proyecto de manera cuantitativa enfocado en la utilización del diagrama de Ishikawa (Diagrama de causa-efecto) obteniendo así una visión mucho más clara de todo lo que se debe mejorar dentro de la empresa, resultado de ello implementaron las 5s en las siguientes áreas que presentaron falencias tales como clasificación, limpieza, orden, en las siguientes áreas: de impresión, extrusión, corte, sellado, bodega de materia prima, paletizado, y en la bodega de producto terminado, lo que fue de gran utilidad a nivel de seguridad y salud ocupacional.

Huerta, Álvarez (2022), en su proyecto técnico titulado: “Propuesta de mejora mediante la aplicación de la metodología 5S en la empresa XYZ”, presentan su proyecto centrándose particularmente en la división dedicada a la elaboración de papel absorbente, sobre la cual identificaron la existencia de problemas internos principalmente relacionados con la falta de estandarización y disciplina para llevar a cabo las actividades internas de forma organizada y ordenada, aspectos que incidieron de manera negativa sobre la productividad de la empresa. Los autores trabajaron con un enfoque de investigación mixta y un estudio de tipo descriptivo. Para el levantamiento de la información trabajaron con la técnica de la encuesta dirigida al personal y la observación ejecutada mediante la aplicación de una lista de cotejo. Como resultado de su estudio obtuvieron, que el cumplimiento de los parámetros es del 26% por lo cual diseñan la propuesta y un plan de capacitación dirigido al personal.

Coello (2022) en su proyecto técnico titulado “Propuesta de mejora bajo la metodología 5S en los procesos operativos en el área de almacenamiento de una empresa de confitería de la ciudad de Guayaquil”, presenta su proyecto con el objetivo de implementar las 5s en el área de almacén con la finalidad de aumentar la productividad y mantener un ambiente de trabajo ordenado y limpio. Su investigación fue de campo y documental poniendo en uso tres técnicas la primera la observación, la encuesta y por último la entrevista en base a los conocimientos en los trabajadores de la confitería como resultado obtuvo que el 20% de los empleados no tenían conocimiento sobre la metodología de la 5S, por consiguiente el autor realiza la propuesta basada en la metodología de la 5s con el fin de mejorar el tiempo de respuesta en el área de ventas, crear un ambiente de trabajo seguro, cómodo y productivo, reducir la cantidad de productos en mal estado, y aumentar las ventas.

Justificación

Mediante la implementación de la metodología de las 5S se busca dar solución a las necesidades de los clientes en cuanto a la atención de calidad, optimización en el tiempo de espera y consigo la satisfacción.

Los resultados obtenidos con la implementación de esta metodología; se adoptó un sistema visual organizado, reducimos tiempos de espera en la atención, obtuvimos un ambiente ordenado y por consiguiente mejoramos la clasificación y señalización en el local comercial, y por ende también compensamos inquietudes de los clientes y sobrepasamos sus expectativas.

Esta metodología va dirigida a toda la organización dentro del Bazar y Papelería Christopher con el propósito de mejorar las condiciones de trabajo y cultura de una manera eficiente. Por lo que es satisfactorio trabajar en un área limpia y ordenada, con esto logramos también reducir confusiones de mercadería y mala explicación en cuanto a un servicio o producto.

Objetivos

Objetivo General

Implementar la metodología de las 5S de la calidad en Bazar y Papelería Christopher que permita el mejoramiento de la atención y satisfacción de las necesidades del cliente.

Objetivos Específicos

- Determinar la situación actual de la empresa Bazar y Papelería Christopher, a través de un estudio cuali-cuantitativo.
- Identificar las necesidades del consumidor de la papelería, al momento de adquirir un servicio o producto.
- Ejecutar cada una de los pilares de las 5S de la Calidad, en relación a la atención y satisfacción del cliente.

Marco Teórico

Es importante comprender las teorías basadas en cuanto a investigación a realizar presentadas a continuación:

Según E.W. Deming (1988) determinó al concepto calidad como ese grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo coste. Este grado debe ajustarse a las necesidades del mercado. Según Deming la calidad no es otra cosa más que “una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua”.

Deming considera también que la calidad se debe incorporar al producto o servicio en todas sus etapas a fin de alcanzar un alto nivel de excelencia. Cuando hablamos de calidad hablamos de estándares, procesos y de la mejora continua; no de supervisión, ni correcciones, es toda una cultura que debe adoptarse en la mente del cliente interno para obtener beneficios como, menos errores en los procedimientos, reducción de conflictos y, por ende, lograr efectividad organizacional.

Según M. Juran (1993) supuso que la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además, según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es “la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”.

La definición que dio M. Juran de la adaptación al uso de la calidad hace pensar que se debe considerar desde las perspectivas internas y externas, es decir la calidad se relaciona con el desempeño del producto o servicio, obteniendo como resultado la satisfacción del cliente; por lo tanto, se obtiene productos sin deficiencias, lo que evita la insatisfacción del cliente.

La calidad es una determinación que proporciona el cliente al momento de obtener un servicio prestado o producto, el producto se establece más, en la cualidad y la durabilidad del bien. La organización se debe ajustar a las exigencias de los clientes, es decir; no es entregar al cliente lo que quiere, sino entregar lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido, cumplir y rebasar con sus expectativas y mejorar su experiencia para obtener de ellos su fidelidad.

Según Peter Drucker afirmó sobre la atención del cliente: “El propósito de un negocio es crear y servir a un cliente” por su importancia ponemos el foco en la capacidad de respuesta, como la disposición que tienen la empresa para ayudar a los clientes y proporcionarles un servicio excelente por lo tanto una empresa tiene que ser ágil porque los clientes están esperando una respuesta y es importante valorar su tiempo, y precisa porque los clientes quieren lo que necesitan, lo han transmitido con anterioridad y hay que darles justo eso.

La atención al cliente es una herramienta de marketing propiamente, dicha se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta, por ello es importante brindar apoyo, asesoría, orientación, instrucciones y todo aquello que facilite este proceso. A medida de esto podemos garantizar, que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. El servicio es una ventaja competitiva cada vez más importante para las empresas, tanto grandes como pequeñas, que facilitan los negocios y priorizan las necesidades de sus clientes.

Según Philip Kotler, define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

La satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto, o un servicio prestado, el cliente califica sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos e incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo, para que el nivel de satisfacción sea alto, el valor que el cliente percibe debe ser capaz de superar sus expectativas previas, para obtener su fidelización, evitar la pérdida de clientes y generar referencias positivas.

Definición de Términos Básicos

Cliente

Un cliente es quien adquiere los productos o servicios de un negocio. Por tanto, es un consumidor, desde la perspectiva de la empresa. Puede tratarse de un cliente recurrente cuando realiza compras regulares, o un cliente de única vez. (Johana, 2021)

Figura 1

Tipos de clientes



Nota. Representación de los tipos de clientes, por lo cual es muy importante que cada uno sea atendido según su exigencia, con la finalidad de satisfacer sus necesidades brindando una explicación adecuada, de esto dependerá el mejoramiento del local comercial.

Cliente Potencial

Este tipo de cliente se puede ubicar en el principio de funnel o embudo de ventas, técnicamente todavía no es un cliente, sino más bien solo un visitante, por tal motivo a mencionados clientes se le debe dar un trato especial en el servicio.

Al cliente potencial se le debe nutrir o educar antes de proceder a brindar la atención o realizar la venta, ya que al momento que regresan demuestran gran interés en lo que se ofrece utilizando cualquier canal de venta. (Cebra, 2021)

Cliente Nuevo

Este tipo de cliente se encuentra en la categoría más valiosa para la organización, ya que un cliente nuevo tiene una probabilidad de volver a realizar una compra del 60% al 70%. Se debería dedicar un tiempo mínimo para orientar cómo funciona el producto o servicio, siendo la clave perfecta para obtener de él, su fidelización. (Cebra, 2021)

Cliente Impulsivo

Es un tipo de cliente que puede tomar la decisión de comprar en un instante. En este caso, mientras haya menos pasos dentro del proceso de compra, es más probable que este tipo de cliente complete su tarea. Por lo que es muy importante mantener este tipo de proceso libre de distracciones.

Para lograr mantener este tipo de cliente es primordial entregar información corta, clara y concisa sobre lo que desea, obteniendo al final una compra exitosa. (Cebra, 2021)

Cliente de Descuentos

Los clientes de descuentos son los que ven el gran valor del producto, pero no lo compran al precio completo, siempre esperan ofertas, a este tipo de cliente hay que valorarlo, como resultado volverá por el servicio y aún más se convertirá en el encargado de recomendar a otras personas. (Cebra, 2021)

Cliente Leal o Satisfecho

Este tipo de cliente es el que siempre regresa por más, conocer sus cualidades permitirá superar sus expectativas y satisfacer sus necesidades cada vez que haga uso del servicio, obteniendo como resultado la recomendación a familiares, amigos, etc.

Atención al Cliente

Atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta. Peter Drucker afirmó “El propósito de un negocio es crear y servir a un cliente”. Declarando así que las empresas existen para satisfacer las necesidades de los clientes y no al contrario. (Westbrook & Reilly, s/f)

Calidad

El término hace alusión, a que un objeto o producto tiene la capacidad de satisfacer las necesidades básicas, explícitas o implícitas según los parámetros de las empresas y los consumidores, de manera que cumpla con los requisitos de la calidad del objeto o producto. En las empresas y compañías existen herramientas de calidad o indicadores de calidad, en las cuales se establece si los productos son buenos para las personas o no. (Anónimo., s/f)

Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto o un servicio prestado por una empresa. Aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido y es clave para la fidelización de clientes. (ISO -9001-2015, 2016)

Metodología Lean

Es una nueva forma de gestión de los procesos que se desarrollan en una empresa. Básicamente, su objetivo es limpiar todas aquellas actividades que no aportan en nada y obtener a cambio un producto y experiencia final de calidad para el cliente. (Jaume Aldavert, 2016)

Figura 2

Herramientas Lean



Nota. Análisis de la caja de herramientas de la lean manufacturing, identificando pilares fundamentales, techos de manejo empresarial y bases principales de una calidad esbelta.

Las 5S de la Calidad

Las 5S es una herramienta básica en la gestión de calidad, orientada a reducir los desperdicios, aumentar la productividad y la motivación de las personas, que aplicado continuamente a la gestión y administración del puesto de trabajo conduce a un proceso de mejora continua, consiguiendo mejorar la competitividad y calidad en las empresas.

Las 5S es una técnica de gestión original de Japón y que se basa en 5 fases simples, así las *5S japonesas* o las 5S de la calidad son: Seiri (eliminar), Seiton (ordenar), Seiso (Limpiar), Seiketsu (Estandarizar) y Shitsuke (disciplina). (Martin, 2020)

Figura 3

5S de la Calidad



Nota. Análisis de la descripción de las 5 s de la calidad, detallando cada una de sus pilares

Se implantó por primera vez en los años 60 dentro de la Fábrica de Toyota, su principal objetivo es mantener y mejorar las condiciones de organización, orden y limpieza de la empresa, así como mejorar las condiciones de trabajo, seguridad, clima laboral, motivación personal y eficiencia, esta metodología es una cultura del trabajo para construir un proceso de mejora continua firme y duradera.

El nombre de este método hace alusión a cinco aspectos o principios que en el idioma japonés empiezan, precisamente por la letra S. Las tres primeras fases son operativas y orientadas al entorno físico, la cuarta se refiere a mantener el estado alcanzado de las anteriores y la quinta permite adquirir el ámbito de su práctica y mejora continua en el trabajo, Estos términos son:

Seiri (clasificación)

Figura 4

Seiri



Nota. Visualización del primer pilar de la 5S de la Calidad, Seiri que significa clasificación de todo lo innecesario.

El objetivo del *seiri* es eliminar del ambiente laboral y de los puestos de trabajo todos los objetos que no son necesarios, ni facilitan las tareas o simplemente no reportan beneficios tangibles para el trabajador.

Esta fase debe realizarse con cierta frecuencia para evitar acumular piezas, herramientas y objetos sobrantes y tratar de tener en todo momento los medios adecuados y cumplir con el trabajo. Realizar esta clasificación inicial sienta las bases para la etapa posterior.

Entre los criterios aplicados en esta fase se encuentran los siguientes:

- Desechar los elementos que no se usan todos los años, a excepción de los que son difíciles de adquirir o reponer. De este modo, es esencial establecer un adecuado orden o una correcta prioridad de los objetos.
- Apartar todo lo que se usa una vez por mes.
- Dejar en el puesto de trabajo los objetos que se usan por lo menos dos veces todos los días.
- Tener al alcance de la mano todo lo que se usa con una alta frecuencia, al menos una vez por hora.

Seiton (*orden u organización*)

Figura 5

Seiton



Nota. Segundo pilar de las 5S de la calidad, donde se detalla el orden y organización de un espacio de trabajo.

Esta segunda fase tiene el propósito de aprovechar eficazmente el espacio de los entornos laborales y mantener una adecuada distribución. En ella se prioriza la ubicación y el orden lógico de los materiales y de las piezas indispensables en cada marco espacial de la empresa, de forma que el acceso a ellos sea fácil y rápido.

Entre los métodos para lograr un correcto orden en las áreas de la organización se encuentra la gestión visual. Esta concepción es de gran utilidad para ubicar cada objeto en un lugar específico, donde pueda ser encontrado con facilidad. Mantener localizable cada elemento en un único sitio reduce las pérdidas de tiempo y energía.

- Para lograr un correcto orden en los espacios se pueden aplicar lo siguiente:
- Ordenar y estandarizar de forma lógica el puesto de trabajo, siguiendo reglas de ordenamiento adecuadas.
- Clasificar las herramientas según el nivel de uso que se les da.
- Colocar los instrumentos de uso frecuente, a una mayor proximidad.

Seiso (*limpieza*)

Figura 6

Seiso



Nota. Tercer pilar de las 5S de la calidad, donde se observa que la limpieza juega un papel muy importante dentro de la organización, Seiso va de la mano con los otros pilares.

Esta etapa se trata de eliminar la suciedad de los lugares, conjuntamente se optimiza su limpieza. Se logra que todos los objetos y las herramientas permanezcan en buen estado.

De esta manera, se debe garantizar el mantenimiento periódico de las maquinarias, los instrumentos y del propio puesto de trabajo. Todo ello para lograr que, en todo momento, se tenga un excelente estado operativo. Asimismo, este punto es esencial para evitar que ocurran accidentes laborales y que aparezcan enfermedades asociadas a los riesgos a los que están expuestos los empleados en su centro de trabajo.

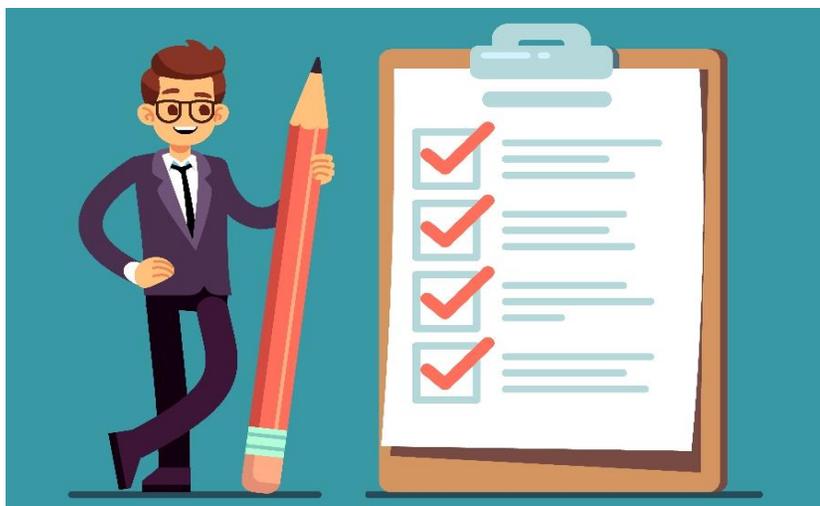
Entre los aspectos que hay que considerar en esta fase están los siguientes:

- Detectar las anomalías existentes en cada instrumento, maquinarias y áreas de trabajo.
- Mantener procedimientos sistemáticos de inspección y limpieza.

Seiketsu (*estandarización*)

Figura 7

Seiketsu



Nota. Cuarto pilar de las 5S de la calidad, donde se especifica que una organización debe tener un plan de reglas que logre facilitar el trabajo de los trabajadores, para obtener de esta manera resultados favorables para la organización.

Entre los objetivos del *seiketsu* está evitar la reaparición del desorden y la suciedad. Para ello, resulta esencial la imposición de reglas y procedimientos que cumplir por todos los trabajadores. Estas normas deben contribuir a detectar fácilmente aspectos irregulares. Al mismo tiempo, deben ayudar a recordar la importancia que tiene mantener la limpieza y el orden en los centros de trabajo.

Shitsuke (*disciplina y compromiso*)

Figura 8

Shitsuke



Nota. Quinto pilar de las 5S de la calidad, y probablemente el más importante puesto que de este paso dependerá el éxito de la empresa mediante la mejora continua.

Por tanto, *shitsuke* se centra en identificar y aplicar procesos de mejora continua. Al mismo tiempo, se encarga de la comprobación constante del cumplimiento de los estándares de calidad definidos y de las metas propuestas. Trata de que la totalidad de los trabajadores de una empresa se familiaricen y apliquen los principios del método para lograr resultados satisfactorios y reales a corto, medio y largo plazo.

Los Beneficios de la Aplicación de las 5S de la Calidad:

- Mayor productividad
- Mejorar las condiciones de trabajo, aumentando los niveles de seguridad
- Reducción de pérdidas de tiempo y tiempos de respuesta más cortos.
- Mejora en la calidad de productos o servicios
- Bajo nivel de inversión para lograr su implementación
- Genera cultura organizacional y disciplina personal
- Genera mayor compromiso, responsabilidad, cooperación y trabajo en equipo
- Mejora la imagen ante nuestros clientes.
- Acerca a la organización a implementar gestión de calidad total
- Mejora el ambiente del trabajador, aumentando su crecimiento
- Transforma físicamente el entorno del puesto de trabajo, aumentando el orden y el espacio.

Las 5S de la calidad son universales que puede ser aplicables en cualquier tipo de empresa u organización. (Martín, 2020)

Tiempos Muertos

Un tiempo muerto suele ser una dificultad para cualquier operador en una empresa, ese tipo de tiempo evita que cumpla con su carga de trabajo, a la vez que cada minuto desperdiciado innecesariamente le cuesta a la empresa, los tiempos muertos dan lugar al incumplimiento de los plazos de entrega, defectos en el producto, gastos en reparación y disminución de la productividad y la calidad.

Si los tiempos muertos se vuelven frecuentes, se genera una necesidad de crear un stock de seguridad y lotes más grandes que crean un incremento de costos de almacenaje, gestión y además necesitan más espacio. (Mauricio, 2015)

Tiempo Productivo

El tiempo productivo es el tiempo en el que se ejecuta un trabajo eficaz en un tiempo establecido que se invierte en realizar un trabajo o actividad útil y eficiente con calidad.

Tiempo Improductivo

Tiempo en el que no se ejecuta un trabajo eficaz, dentro de una organización afecta claramente a los operarios puesto que afecta en el desarrollo de su trabajo consigo se deriva la impuntualidad, absentismo, mala ejecución del trabajo, falta de motivación y concentración, desinterés.

El tiempo improductivo sin duda es un gran enemigo a batir en una organización, porque supone no solo una pérdida de dinero para la misma, sino que este tiempo ocasiona problemas de base que hace temblar los cimientos del propio desarrollo y crecimiento de la organización.

(Pablo, 2008)

Tiempo de Ocio

Ocio es el tiempo de una persona para descansar y aprovecharlo en actividades que no sean netamente laborales, es un tiempo para realizar todo aquello que al individuo le guste y le divierte.

Metodología y Desarrollo del Proyecto

La investigación se realizó de manera cualitativa, donde se utilizó la técnica de encuesta la misma que fue aplicada a clientes que recurren frecuentemente a Bazar y Papelería Christopher, con el fin de mejorar la experiencia de cada cliente, superar sus expectativas y despejar sus inquietudes; observando los resultados correspondientes en base a la indagación se finalizó con un resultado cuantitativo y de esta manera precisar la información estadística, misma que favoreció a las mejoras y desarrollo de la organización. Fue correlacional puesto que nos ayudó a determinar la relación entre las variables cuantitativas y cualitativas.

Variables y Definición Operacional

Dentro de la investigación para la buena satisfacción del servicio al cliente se desarrolló el método de las 5S para el mejoramiento de calidad que se ha venido brindando en Bazar y Papelería Christopher ubicado en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito, se encontró las siguientes variables tanto dependientes como independientes para el problema antes nombrado.

Tabla 1

Constelación de Variable Independiente

VARIABLE	TIPO	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS
Calidad de atención	Cuantitativo	Es un conjunto de estrategias y acciones que	Tangibilidad	Sugerencias	Encuesta
		buscan	Confiabilidad	Tiempos de respuesta	
		mejorar el servicio al cliente, así como la	Capacidad de respuesta		
		relación entre el consumidor y la marca	Empatía		

Satisfacción del cliente	Cuantitativa	Es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico	Expectativa	Amabilidad	Encuesta
			Simpatía	Confianza	
			Percepción		

Nota. Operalización de variables

Diseño Muestral

Para la determinación de la población y muestra de la investigación e implementación de la 5S se tomó en cuenta a los clientes que frecuentemente realizaron compras en Bazar y Papelería Christopher en el mes de Julio del presente año, por lo que, se obtuvo como resultado que 4500 clientes realizaron sus compras en dicho mes.

Tabla 2

Muestra de Población

POBLACIÓN	CLIENTES
Clientes	4500

Nota. Diseño muestral de población

Dónde:

n= muestra.

N= Total de la población (4.500)

Z= Porcentaje de seguridad (1,645)

p= Proporción esperada (0,75)

q= Probabilidad de fracaso 1-p (0,25)

e= Margen de error (5%)

$$n = \frac{N Z^2 p q}{e^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{4.500 * 1.645^2 * 0.75 * 0.25}{0.05^2(4.500 - 1) + 1.645^2 * 0.75 * 0.25}$$

$$n = \frac{2283.208}{11.757}$$

$$n = 194.234$$

$$n = 194$$

Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos de la presente implementación fueron la:

Encuesta: fue llevada a cabo a clientes concurrentes de Bazar y Papelería Christopher de esta manera se permitió explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características, con la finalidad de obtener datos de modo rápido, eficaz y veraz.

Entrevista: se utilizó para recopilar información más profunda en un grupo determinado de clientes para aclarar dudas.

Ficha de observación: se utilizó para recolectar información que nos ayudó a mejorar la estética visual de Bazar y Papelería Christopher, a la vez se utilizó esta técnica para emplear una de las sugerencias al momento de minimizar tiempos de espera en cuanto al sistema de cobranzas.

Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información

La recolección de dicha información se procesó mediante la plataforma GOOGLE FORM, en la cual se realizó la respectiva encuesta, ya una vez obtenida la información que necesitamos conocer a cerca de los clientes se procedió a utilizar dos herramientas de gran interés para la obtención real de resultados tales como EXCEL, esta herramienta nos ayudó a realizar los cálculos pertinentes de una manera precisa mediante cálculos básicos, y así los respectivos resultados procesarlos y visualizarlos de la mejor manera en las gráficas estadísticas,

por las que se lograra obtener los resultados finales, determinando un análisis y una buena toma de decisión.

A la vez contamos con la herramienta de WORD esta nos permitió describir e incorporar a detalle la información de toda la investigación realizada.

Análisis de datos

Luego de la recopilación de información que se realizó en las técnicas que fueron utilizadas para el estudio, se procede a desarrollar la tabulación de datos:

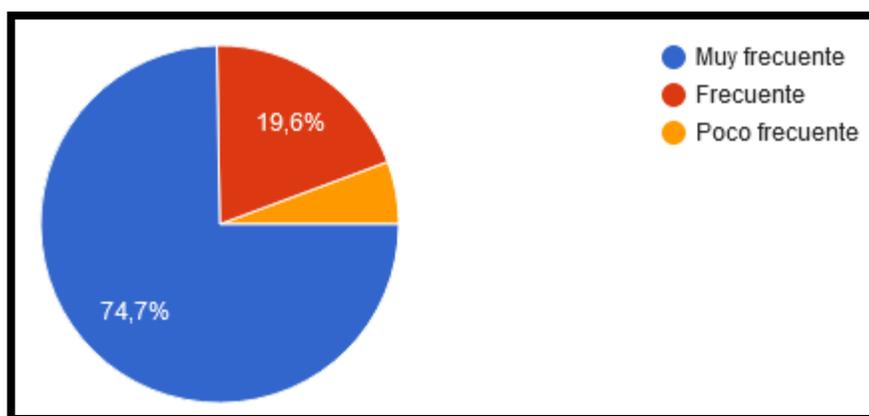
Encuesta

La tabulación de la encuesta se llevó a cabo con la finalidad de obtener datos precisos que facilita la verificación de falencias en ciertas características en la atención al cliente, esta técnica, permite que la organización tome decisiones oportunas para lograr satisfacer las necesidades de los clientes, por lo que utilizo las siguientes preguntas de acuerdo con el nivel de satisfacción de los mismos:

Pregunta N° 1: ¿Con qué frecuencia utiliza nuestro servicio?

Figura 9

Frecuencia de utilización de los servicios



Nota. Análisis de la frecuencia de utilización de los servicios por parte de los clientes

Análisis

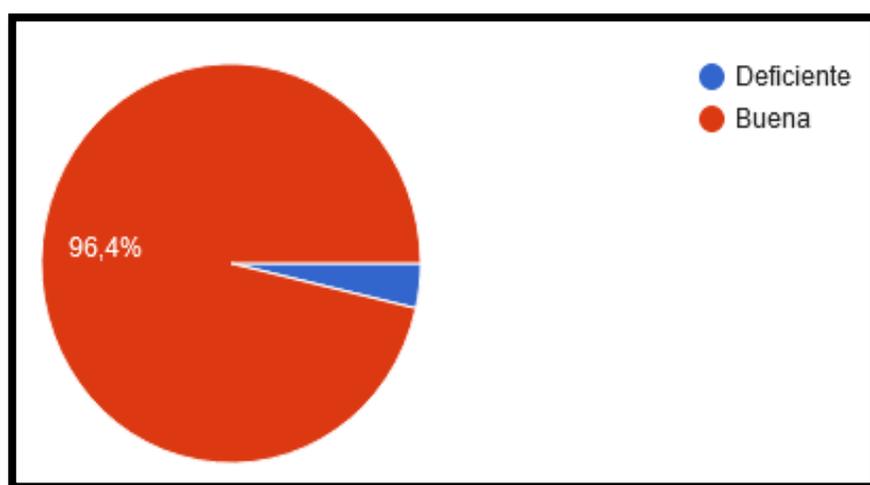
De acuerdo a los resultados obtenidos, se indica que el 74.7% de los clientes son muy frecuentes, el 19.6% son frecuentes mientras que el 5.7% son clientes poco frecuentes en Bazar y Papelería Christopher.

Se observa que el 74.7 % son clientes que frecuentan a Bazar y Papelería Christopher con la finalidad de hacer uso de cualquier servicio que el local comercial ofrece diariamente a sus clientes.

Pregunta N° 2: ¿Cómo calificaría nuestra atención?

Figura 10

Calificación de la atención



Nota. Análisis de la calificación que entregan los clientes de la papelería.

Análisis

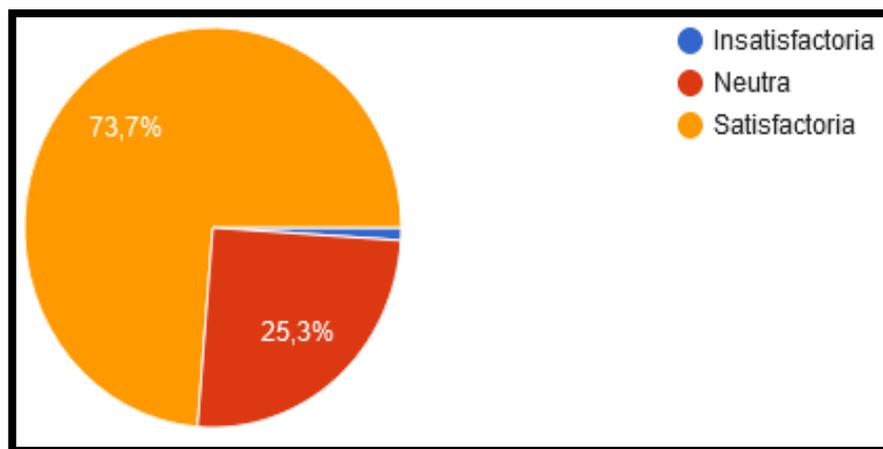
De acuerdo a los resultados obtenidos, se indica que el 96.4% de clientes califica nuestra atención como buena, mientras que el 3.6% califica nuestra atención como deficiente.

Se observa que el 96.4% de todos los clientes califican nuestra atención como buena, sin embargo, debemos aspirar y conseguir el objetivo de llegar a una calificación excelente.

Pregunta N° 3: ¿Cómo calificaría la experiencia general con el servicio proporcionado?

Figura 11

Calificación de la experiencia general



Nota. Análisis de la calificación de experiencia que tienen los clientes con respecto a los servicios de comercialización e interbancarios que tiene la papelería.

Análisis

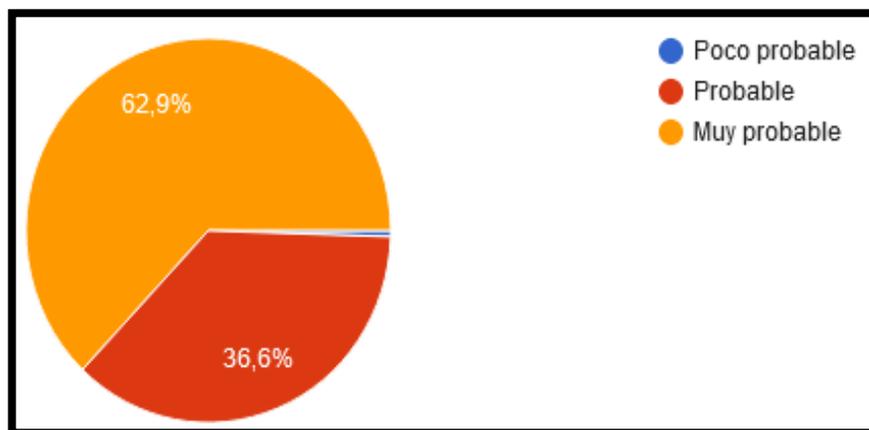
De acuerdo a los resultados obtenidos, se indica que el 73.7% de clientes califica la experiencia del servicio proporcionado como satisfactoria, el 25.3% califica como neutra mientras que el 1% califica como insatisfactoria.

Se observa que el 73.7% de los clientes califican su experiencia del servicio proporcionado como satisfactoria, sin embargo, debemos superar las expectativas de los clientes que califican como neutra e insatisfactoria con el fin alcanzar nuestros objetivos como organización.

Pregunta N° 4: Considerando la experiencia con nuestro servicio, ¿Qué probabilidades hay de que nos recomiende a un amigo o familiar?

Figura 12

Probabilidad de recomendación



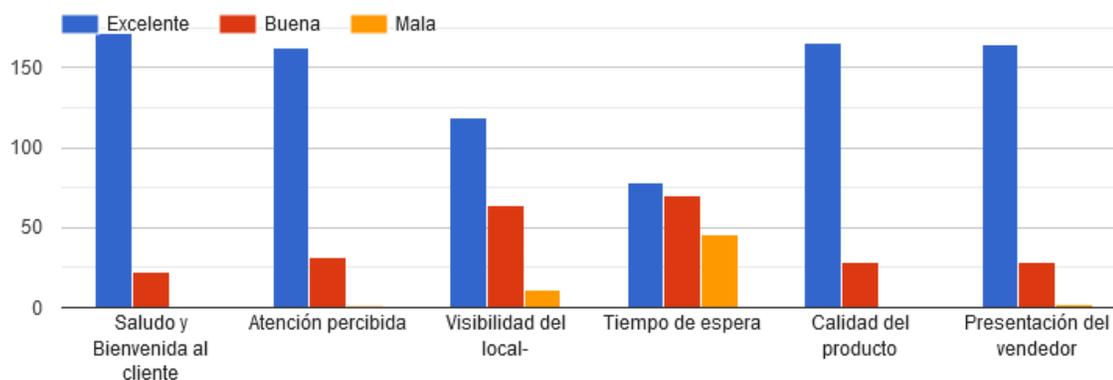
Nota. Análisis de la probabilidad que nos recomienden a otros clientes, generando la técnica de boca a boca.

Análisis

De acuerdo a la pregunta establecida obtenemos como resultado que el 62.9% muy probablemente nos recomendaría, el 36.6% probablemente nos recomendaría, mientras que el 0.5% es poco probable que nos recomiende.

Se observa que el 62.9% es muy probable que nos recomiende a algún amigo o familiar a obtener una experiencia en el local comercial, pero debemos fomentar la comunicación y la orientación en los clientes que califican su recomendación como probable y poco probable, puesto que esto nos ayudara a crecer como organización y evidenciar que su experiencia a mejorado notablemente.

Pregunta N° 5: De las diferentes alternativas que se presentan a continuación, seleccione el nivel de satisfacción que se le ha brindado en el local Bazar y Papelería Christopher.

Figura 13*Nivel de satisfacción del cliente*

Nota. Análisis de la satisfacción que brinda la papelería al entregar los servicios

Análisis

De acuerdo a la pregunta establecida obtenemos como resultado que el saludo y bienvenida al cliente, atención percibida, calidad del producto, presentación del vendedor el cual califican como excelente, mientras que un porcentaje considerable califica como buena y finalmente se observa que la deficiencia se denota en la visibilidad del local y el tiempo de espera por lo que se debe tomar decisiones de manera oportuna para mejorar la satisfacción del cliente.

En definitiva, la visibilidad del local debe tomar un cambio rotundo basado en la innovación y organización con el fin de que el cliente pueda observar cada una de los productos de una manera más clara y evitar confusiones en la mercadería, a lo igual que el tiempo de espera se debe tomar una decisión de manera oportuna para evitar perdida de cliente, y que la atención sea más eficiente y consigo obtener de aquellos clientes su fidelización.

*Entrevista***Codificación y análisis de la entrevista realizada, Mejoramiento de local comercial**

Transcripción de la Entrevista	Categorías
<p>Entrevistador: Muy buenas noches voy a realizar la entrevista a un vecino, el Sr. Stalin, bueno vecino muy buenas noches le voy hacer una pequeña entrevista, es para el mejoramiento de nuestro local en algunas áreas. Lo que si le sugiero o le molestaría es de que sea honesto nos diga con sinceridad las preguntas que le voy a decir es para el mejoramiento en sí, para todos los clientes.</p> <p>¿Una pequeña pregunta cuanto tiempo utiliza nuestro servicio?</p> <p>Entrevistado: como este vecino Jonathan buenas noches realmente utilizo su servicio hace un buen tiempo atrás ya que mis niños que son pequeños, utilizan bastante lo que son su servicio, ya que ellas diariamente van a la escuela estudian y necesitan su servicio.</p> <p>Hace unos 5 años atrás.</p> <p>Entrevistador: bueno el local ya está en funcionamientos ya 10 años en el sector.</p> <p>Entrevistador: ¿Con que frecuencia utiliza nuestro servicio?</p> <p>Entrevistado: a la semana una tres veces, es decir no tan frecuente.</p>	<p>Utilización de servicio</p> <p>Tipo de frecuencia</p> <p>Nivel de satisfacción del cliente</p>

<p>Entrevistador: ¿Otra pequeña pregunta? ¿En general que satisfecho esta con nuestro servicio?, en este caso deseo que sea especifico, por ejemplo, puede ser tiempos, en atención, en calidad de producto, como asido la atención.</p> <p>Entrevistado: estoy muy de acuerdo con el servicio que nos presta, realmente si estoy muy satisfecho, lo que si una pequeña recomendación ya que he tenido en muchos momentos que he venido al local he tenido que esperar unos 5 a 10 minutos por lo que hay aglomeración de personas, lo que realmente le aconsejo que se expanda contrate personal para que así pueda agilizar y prestar mejor su servicio. Pero para mi punto de vista es excelente el modo de atención, para usted un 10.</p> <p>Entrevistador: bueno le agradezco su acotación esta entrevista se realizó en vista del mejoramiento de la atención y minimizar el tiempo de espera.</p>	
--	--

Análisis e interpretación

La entrevista se llevó a cabo a un cliente que es poco frecuente a Bazar y Papelería Christopher con la finalidad de conocer sobre su experiencia dentro del tiempo que es cliente, como resultado de ello obtenemos que el tiempo de espera es el detonante para que el determinado local tome medidas oportunas que logren satisfacer y mejorar la experiencia que brinda a sus clientes, por lo tanto, el servicio que presta deberá ser satisfactorio.

De esta manera Bazar y Papelería Christopher ve la necesidad de emplear en un programa de digitalización que logre minimizar el tiempo de espera en la atención de sus clientes, a la vez esto favorecerá a ambas partes, por un lado, el cliente experimenta otro tipo de experiencia que satisface lo que desea, y por otro lado el local comercial se favorece obteniendo de ellos su fidelización y consigo la recomendación a otras personas más.

Ficha de Observación

Ficha de Observación Directa	
Tema: Mejoramiento de la atención al cliente.	Nombre del Investigador: Jonathan Fernando Sánchez Valdiviezo
Lugar: Bazar y Papelería Christopher	Fecha de Observación: 15 de agosto del 2022
<p>Bazar y Papelería Christopher se encuentra ubicado en la Ciudad de Quito, Parroquia Guamaní, Barrio Nueva Aurora, en las calles Romel Vásquez y Rene Hidalgo, en dicho local comercial se observó varias deficiencias al momento de realizar la observación, que bajaban la rentabilidad y la afluencia de clientes en su local comercial, por lo que se tomó evidencia donde era el problema, para el mejoramiento de dicha situación se le recomienda realizar cambios en la infraestructura que favorezcan la visualización, espacio, organización, clasificación e incluso la limpieza, estas medidas se toma con el fin de mejorar la atención al cliente, y que el trabajo sea más eficiente, para que los mismos se sientas satisfechos en el cambio que realiza el dueño del local comercial.</p>	

Análisis

Se realizó la ficha de observación con la finalidad de obtener información precisa, para realizar los cambios correspondientes, dentro del local comercial para mejorar la atención al cliente.

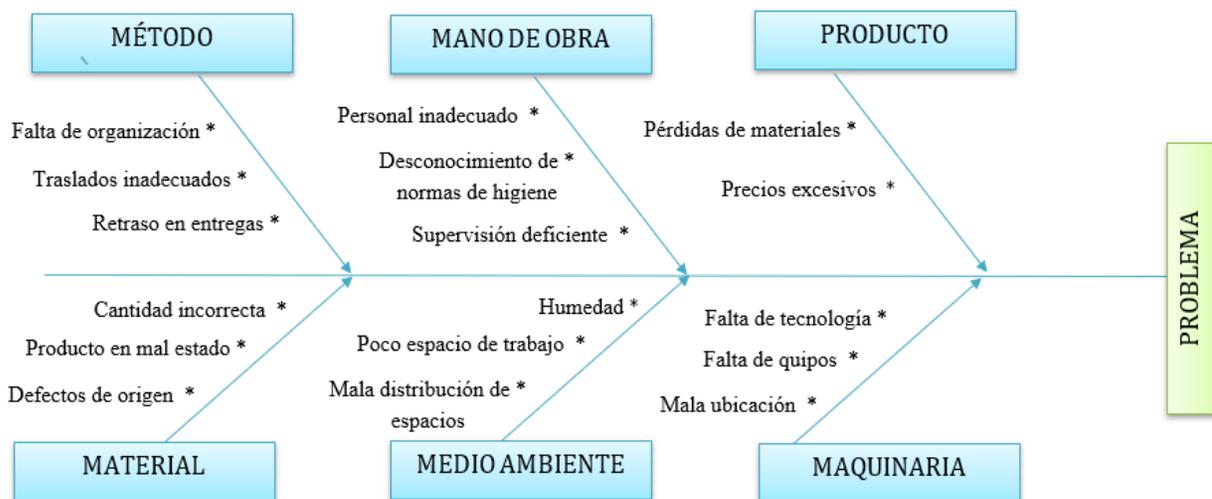
Análisis situacional

Ishikawa o Espina de Pescado

Para buscar las causas y efectos dentro de Bazar y Papelería Christopher se realizó una Ishikawa o Espina de pescado, esto es una herramienta para la mejora de calidad en la organización, con el fin de tomar decisiones oportunas y a la vez mejorar la productividad de la organización, obteniendo de los trabajadores un trabajo más eficiente, efectivo cumpliendo de esta manera los objetivos planteados por la organización.

Figura 14

Espina de Pescado



Nota. Espina de Pescado de la problemática de la organización ubicando cada uno de sus departamentos donde se han evidenciado deficiencias.

Análisis

Mediante el diagrama de la causa y efecto se logró evidenciar ciertas falencias que causaron la baja rentabilidad de Bazar y Papelería Christopher, en un determinado tiempo, tales como la metodología, mano de obra, producto, material, medio ambiente, y maquinaria, por lo que se tomó medidas con cada uno de los departamentos correspondientes, con la finalidad de mejorar nuestro servicio para la satisfacción de nuestros clientes y obtener de ellos su fidelización y recomendación.

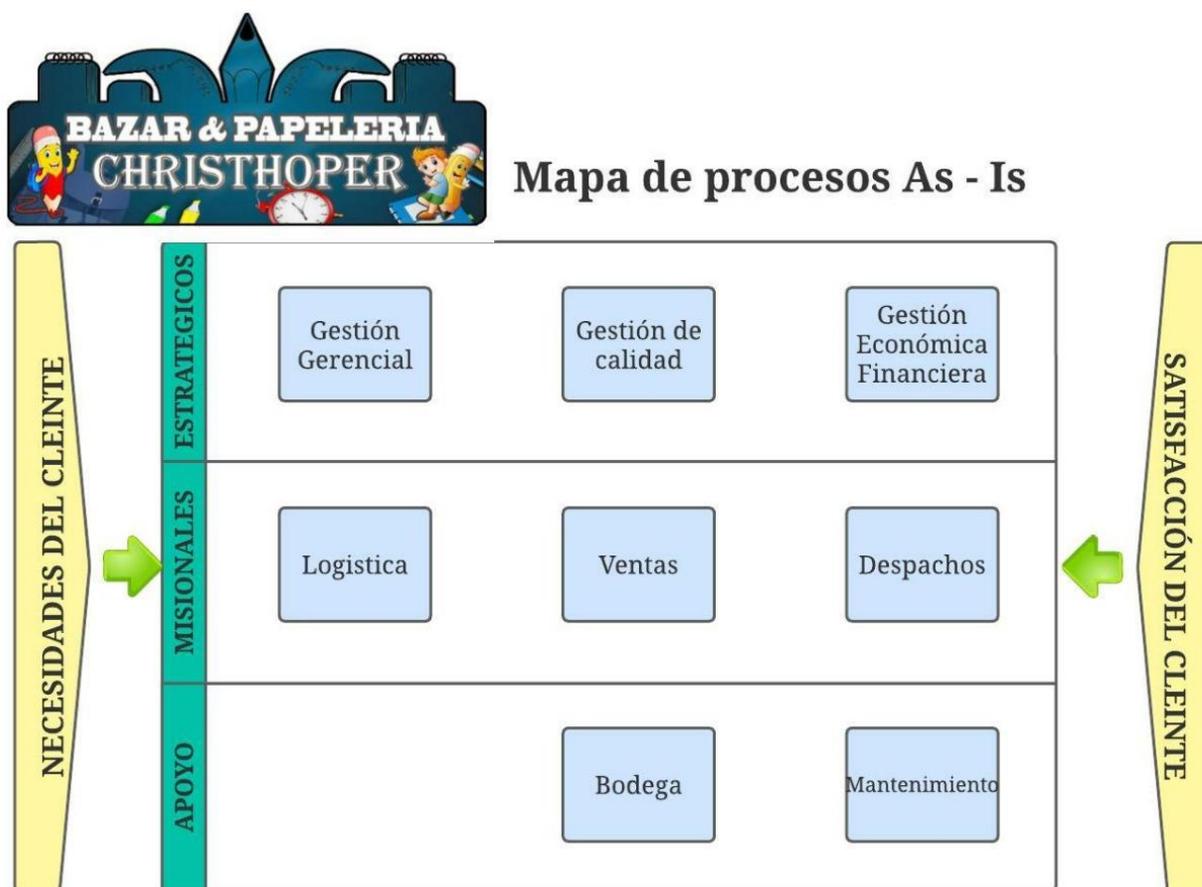
Mapa de proceso As-Is

Luego del análisis situacional de la empresa se procede al análisis de la empresa, mediante el levantamiento de un mapa de procesos de partida, en donde se identifica el manejo de cada actividad de la papelería considerando que la empresa mantiene un proceso agregador de valor base.

A continuación, en la figura 15 y 16, se puede observar el levantamiento de los procesos, en el conocido mapa de procesos, y procesos As- Is o procesos de partida.

Figura 15

Mapa de proceso de Bazar y Papelería Christopher



ELABORADO POR: JONATHAN SÁNCHEZ
FECHA: 24 SEPTIEMBRE 2022

REVISADO POR: ING PAULA FLORES

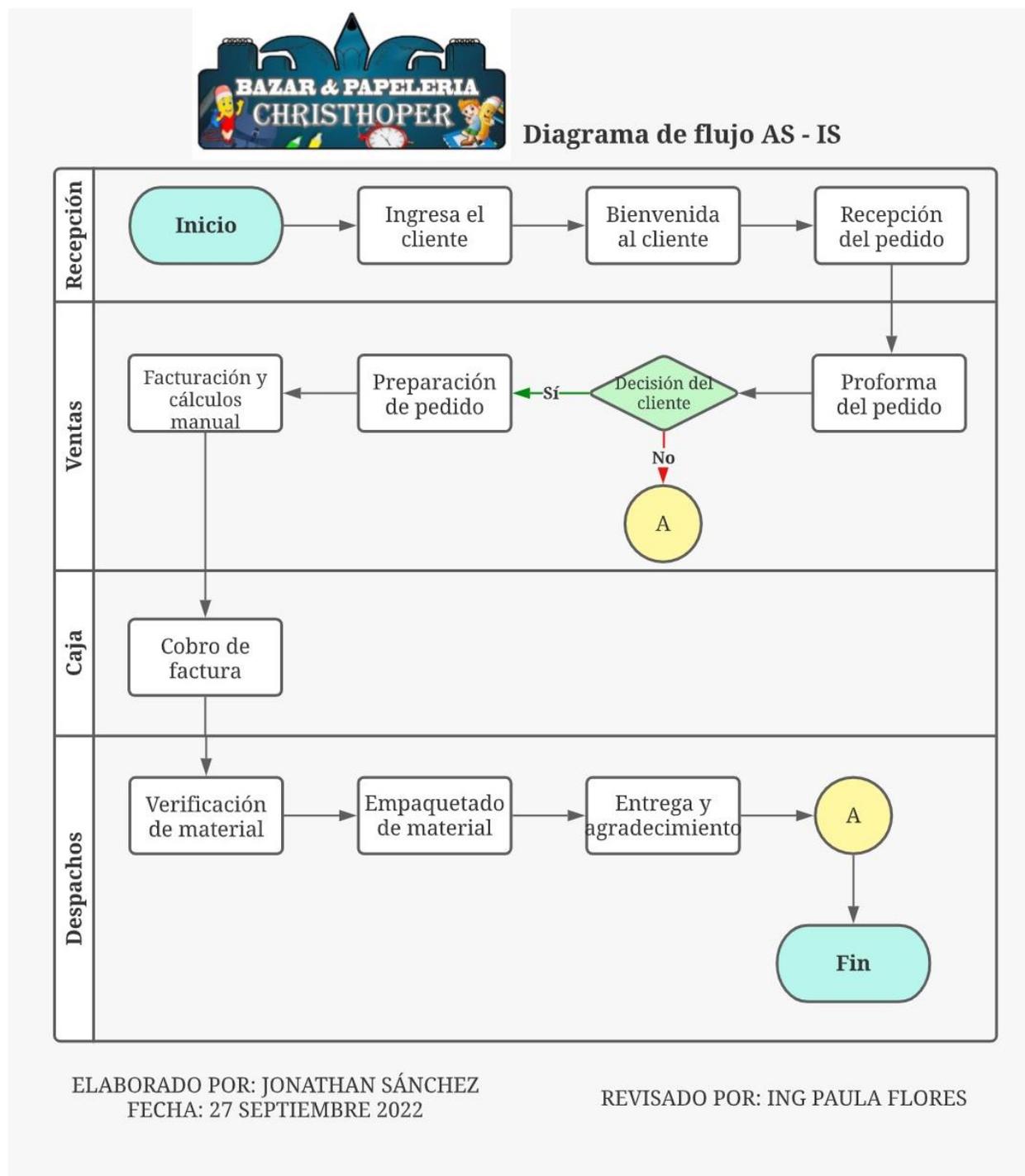
Nota. En el presente mapa de procesos As-Is se observa el proceso actual que maneja Bazar y Papelería Christopher.

Diagrama de flujo As-Is

Una vez mapeado los procesos macros de la organización se procede a generar el diagrama de flujo de los procesos As- Is o de partida. En la figura 16 se representa el manejo del trabajo organizacional con el cual consta la papelería antes de la aplicación de la metodología de las 5S de la Calidad.

Figura 16

Diagrama de flujo As-Is de Bazar y Papelería Christopher



Nota. En la presente imagen del diagrama de flujo As-Is, se visualiza el proceso de ventas iniciales que presenta la papelería antes de la mejora.

Aplicación de la Metodología 5s de la Calidad.

De acuerdo a los resultados obtenidos, con la implementación de las 5s de la calidad se puede observar los cambios realizados utilizando cada una de los 5 pilares de dicha metodología, detalladas a continuación:

Seiri (clasificación)

Como se visualiza anteriormente en Bazar y Papelería Christopher el elemento que impedía la movilidad de los trabajadores, era el estante laminero, colocado en el centro del local, por lo que al momento que se aplicó el pilar de la 5S Seiri (Clasificación) se logró mejorar la movilidad y la efectividad de los trabajadores.

Figura 17

Seiri Bazar y Papelería Christopher



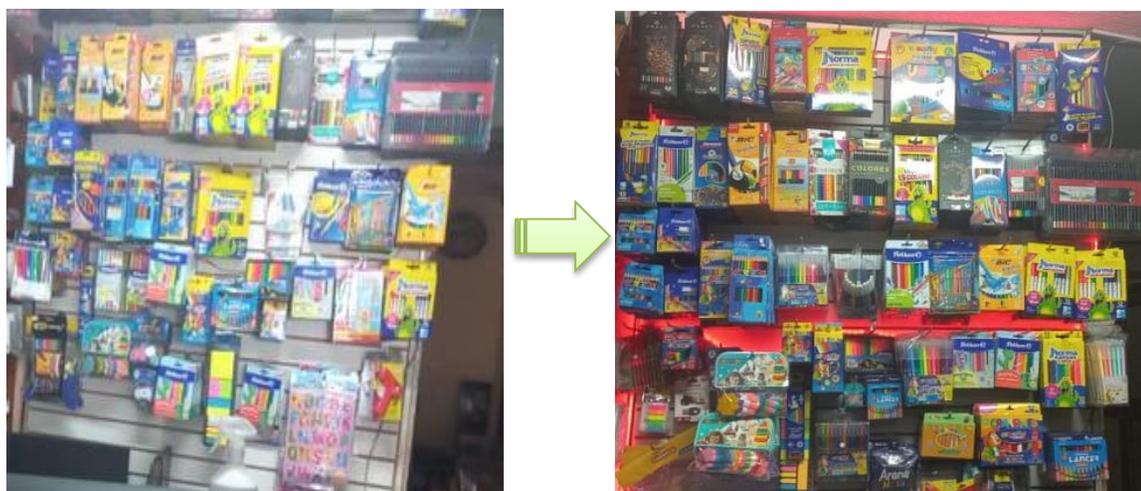
Nota. En la presente imagen se analiza de manera gráfica como se encontró el local comercial antes de la aplicación del primer pilar de las 5S de la Calidad Seiri (clasificación), clasificación de lo necesario e innecesario, que permita la mejora de manera significativa la visualización.

Seiton (orden u organización)

Se observa anteriormente Bazar y Papelería Christopher carecía de orden u organización que impedía que los clientes logren obtener una buena visualización de los productos a ofrecer, por lo que, al aplicar el segundo pilar de la 5S, se logró mejorar la visualización, implementando la colocación de luces led que lograron llamar la atención de los clientes y a su vez se facilitó la obtención de la materia de una manera más fácil, eficaz y sin confusiones, reduciendo así el tiempo de espera.

Figura 18

Comparación de Bazar y Papelería Christopher Seiton



Nota. En las presentes imágenes se compara como estuvo el local comercial antes de la aplicación del segundo pilar de las 5S de la Calidad Seiton (orden u organización), y luego como la aplicación de la metodología mejora la organización.

Seiso (limpieza)

Como se puede observar en la figura 14, anteriormente Bazar y Papelería Christopher no tenían el hábito recurrente de la limpieza, esto impedía que los productos estén en buen estado, por lo que, al aplicar el tercer pilar de la 5S, se logró mantener todos los productos en buen

estado, a más de crear un ambiente positivo para que tanto los trabajadores como los clientes se sientan gratos, y de esta manera evitar accidentes laborales.

Figura 19

Comparación de Bazar y Papelería Christopher Seiso



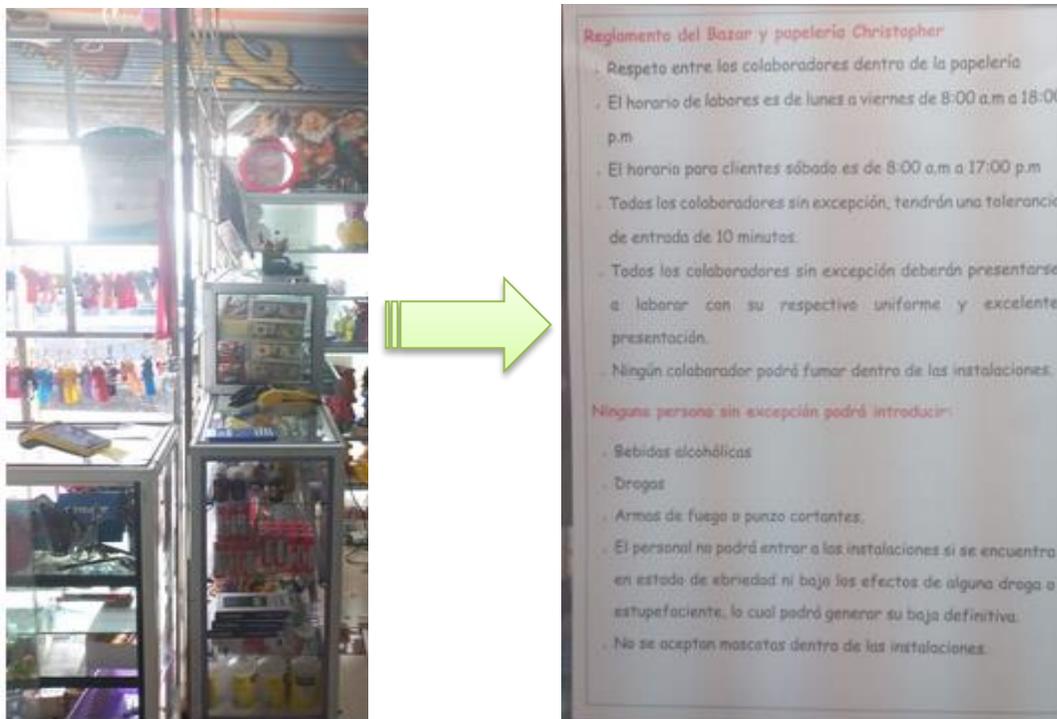
Nota. Se observa en las presentes imágenes como se encontró el local comercial antes de la aplicación del tercer pilar de las 5S, y posteriormente como se mejoró con la limpieza, recordando que se siguió dos etapas previas que permiten llevar a cabo la tercera etapa con eficiencia.

Seiketsu (estandarización)

Anteriormente Bazar y Papelería Christopher no disponía de ningún tipo de reglamento que ayude a mantener el orden la limpieza y la organización, por lo que, al aplicar el cuarto pilar de la 5S, la organización se benefició al implantar en los trabajadores la cultura de la limpieza, y organización de una manera fácil basados en un reglamento dispuesto por el local.

Figura 20

Comparación de Bazar y Papelería Christopher Seiketsu



Nota. Implementación del reglamento para la mejora continua del local comercial.

Shitsuke (disciplina y compromiso)

Cómo se puede observar anteriormente Bazar y Papelería Christopher carecía de realizar cambios que le logren favorecer positivamente, pero al momento que se logró aplicar el quinto pilar de la 5S, se logra evidenciar una mejora en la infraestructura del local, cumpliendo de esta manera los objetivos planteados, para conseguir resultados satisfactorios para ambas partes ya sea a corto, mediano o largo plazo.

Por lo se propone crear una tabla que se dirige directamente al mantener la disciplina, distribuyendo el trabajo a cada uno de los trabajadores, antes de abrir el local y después de cerrar el local comercial.

Figura 21

Comparación de Bazar y Papelería Christopher Shitsuke



Nota. Mejoramiento visual dentro de Bazar y Papelería Christopher y compromiso de mantener la mejora de manera continua.

Tabla 3

Tabla del mejoramiento continuo

Tabla de mejoramiento continuo
<ul style="list-style-type: none"> • Diariamente los trabajadores deberán limpiar el local comercial antes de abrir • Diariamente los trabajadores deberán dejar clasificando, ordenando, y limpiando el local comercial. • Diariamente los trabajadores deberán verificar las estanterías antes de que se agote el producto, para realizar pedidos en un tiempo oportuno. • Los trabajadores deberán, en sus tiempos muertos mantener una constante limpieza.

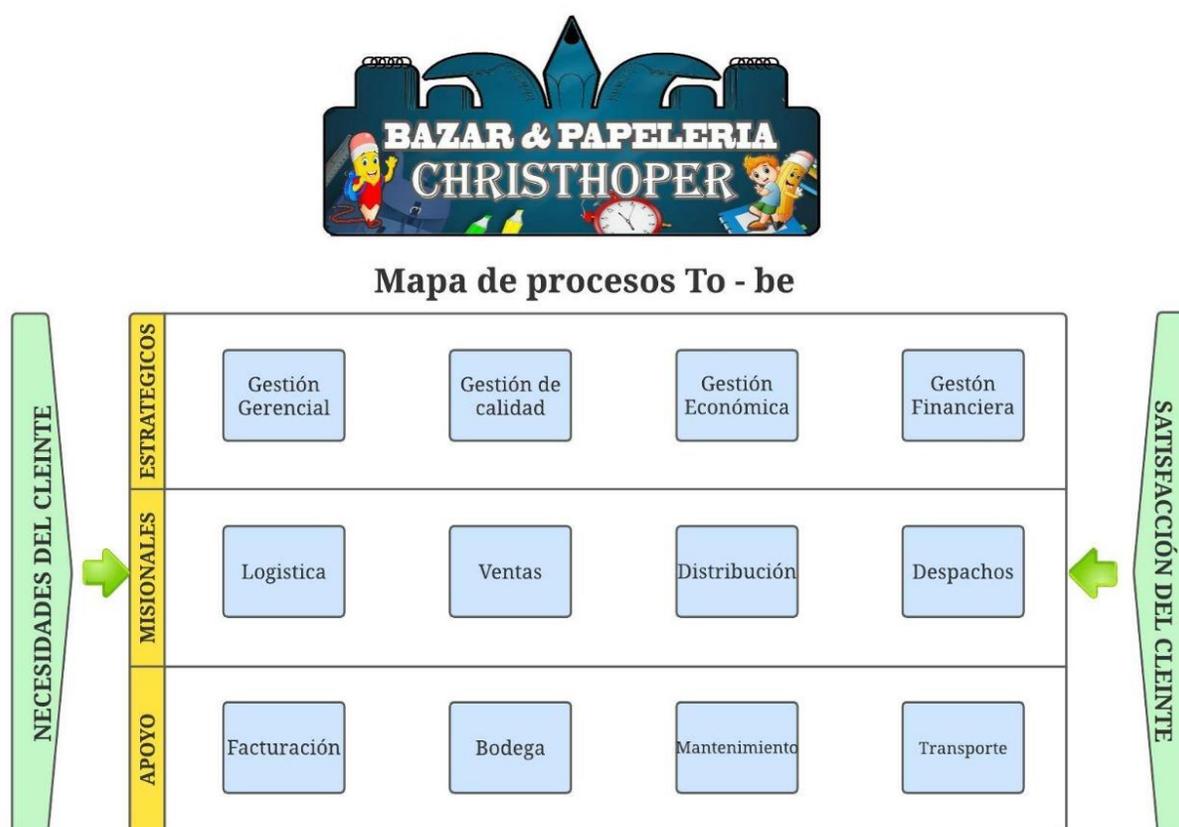
Nota. Se observa la tabla de mejoramiento continuo que se lleva a cabo en Bazar y Papelería Christopher.

Una vez que realizo varias mejoras de la infraestructura dentro de Bazar y Papelería Christopher se precede al mapa de proceso, donde se logra visualizar en cambio con adelantos a la atención al cliente.

Mapa de Procesos To-Be

Figura 22

Mapa de proceso To-Be de Bazar y Papelería Christopher



ELABORADO POR: JONATHAN SÁNCHEZ
FECHA: 27 SEPTIEMBRE 2022

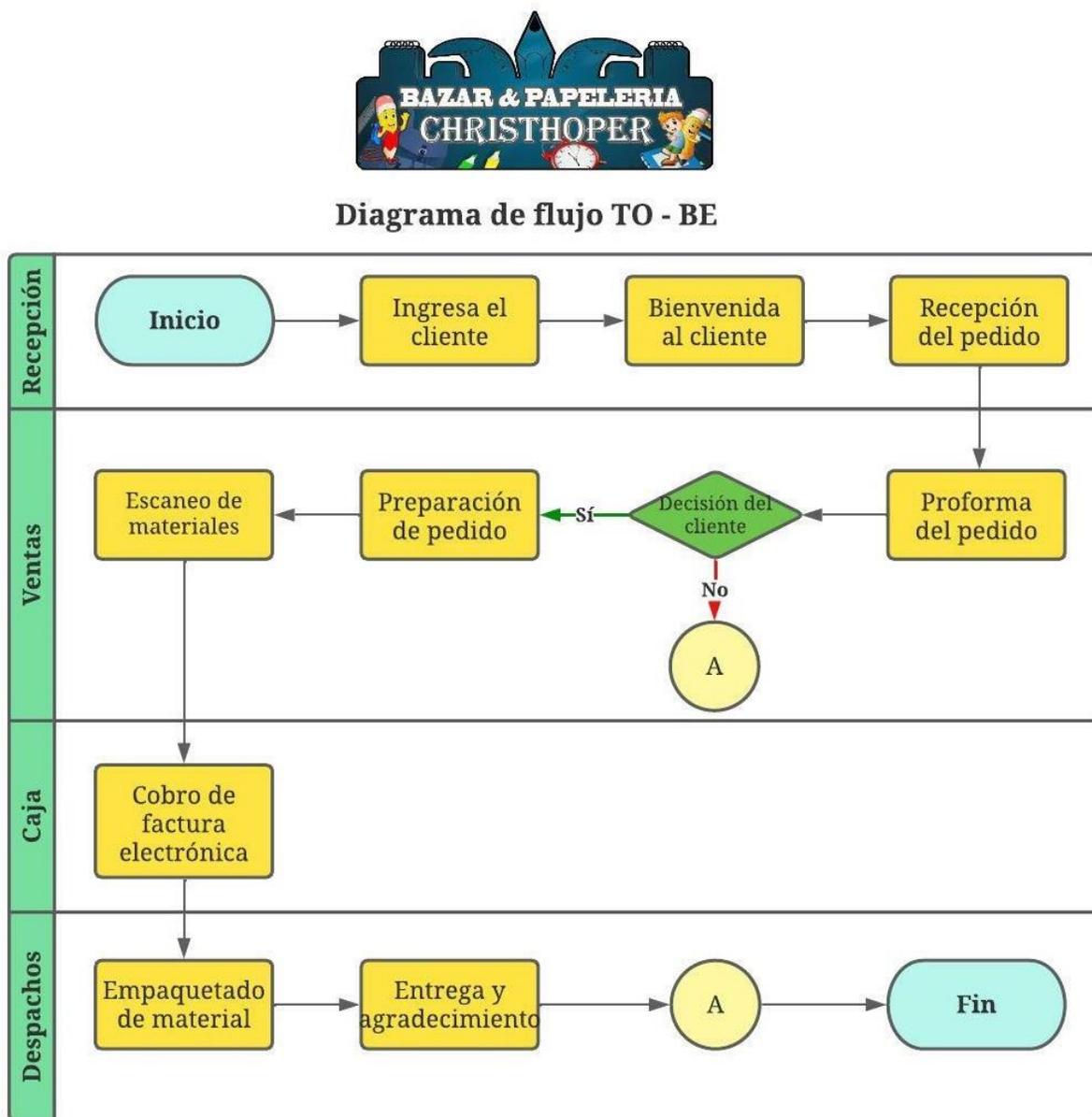
REVISADO POR: ING PAULA FLORES

Nota. En el presente mapa de procesos se visualiza el proceso renovado que maneja Bazar y Papelería Christopher, donde se puede observar un mejoramiento, en cada uno de sus eslabones.

Diagrama de flujo To-Be

Figura 18

Diagrama de flujo To-Be de Bazar y Papelería Christopher



ELABORADO POR: JONATHAN SÁNCHEZ
FECHA: 27 SEPTIEMBRE 2022

REVISADO POR: ING PAULA FLORES

Nota. En el presente mapa de procesos se visualiza el ahorro de tiempo en la atención al cliente.

Propuesta

Este proyecto se eligió debido a los requerimientos por parte de los clientes del Bazar y Papelería Christopher con la finalidad de dar soluciones a los problemas presentados en el proceso de la atención al cliente del departamento de Ventas y Comercialización, los mismos que, presentan dificultades al momento de adquirir un servicio o producto, situación que no solo afecta a los clientes frecuentes sino también aquellos que por primera vez perciben el servicio, por lo tanto, la implementación de las 5S de la calidad se basó principalmente en la mejora de la atención, visibilidad y organización de la papelería.

En este sentido la aplicación de la metodología de la 5S de la calidad, ha favorecido a ambas partes, tanto clientes internos y como externos que pertenecen a la papelería, pues se mejoró la visualización, se implanto la limpieza, organización, y la clasificación del material de papelería con la finalidad de facilitar la obtención del producto, evitar confusiones, superando de esta manera las expectativas de cada cliente, obteniendo de ellos su fidelización, y recomendación, satisfaciendo de una u otra forma sus necesidades.

Una vez que ya se realizó la aplicación de las 5s de la calidad, se mejoró la infraestructura, concediendo a sus clientes un mejor impacto visual, por lo que se adoptó como una cultura basada en el mejoramiento organizacional, transmitiendo a los trabajadores seguridad para que logren desempeñarse sin problema alguno y permitiéndoles crecer en sus conocimientos basados en una metodología innovadora que permite no solo la mejora y la comprensión sino también despertar el interés en la comunidad.

Datos de la Empresa

Figura 19

Nombre Bazar y Papelería Christopher



Nota. Logo de Bazar y Papelería Christopher

Reseña Histórica

Bazar y Papelería Christopher se creó hace 9 años atrás, partiendo de las necesidades de una comunidad que requería del servicio de papelería, la infraestructura en sus primeros años fue muy rustica (muebles hechos de tablas reutilizadas de loza), su visualización era muy escasa (muy poca mercadería), seguridad nula (no tenía ningún tipo de seguridad), y en cuanto a clientes en su primer año era baja.

En los años posteriores se fue realizando cambios de infraestructura y visualización en el local comercial, a la vez se implementó muebles de madera que facilitó el orden de cada producto, posteriormente poco a poco y según sus recursos económicos se fue introduciendo vitrinas que sirven hasta la actualidad como estantes de exhibición a vista de los clientes.

Cuando Bazar y Papelería Christopher estaba dentro del mercado de forma estable, opta por brindar a sus clientes servicios complementarios con el objetivo de satisfacer las necesidades de los mismos, estos servicios son facilitados por medio de Banco Pichincha Mi Vecino, que le permite al local comercial servir todo tipo de transacción tales como: depósitos, retiros, pagos de servicios básicos y recaudaciones de empresas tanto públicas como privadas. Después de un año implemento dos bancos más Banco mi Barrio de Banco de Guayaquil, y al año posterior tuvo la propuesta de colocar el Banco de Pago Ágil de Banco Produbanco, la incorporación en el sistema de Corresponsales No Bancarios favoreció de manera positiva al crecimiento de la organización.

A causa de la inseguridad, el local comercial sufrió un siniestro de robo por lo que se tomó la decisión de colocar cámaras de seguridad con audio y video, y a la vez mallas de seguridad en la parte frontal del local, obviamente dichas mallas bajo el nivel de visualización y se dejó de lado el autoservicio.

Con el pasar de los años se conseguido que el Bazar y Papelería Christopher sea una organización fuerte, competitiva, y eficiente dentro del sector donde se encuentra ubicado, gracias a sus trabajadores, proveedores.

Misión

Ser una organización sólida, competitiva e innovadora proporcionando un servicio excepcional mediante una atención de calidad con la finalidad de alcanzar los objetivos y superar las expectativas de nuestros clientes por medio de la mejora continua.

Visión

El Bazar y Papelería Christopher brinda a sus clientes un servicio de calidad, enfocados constantemente en la innovación para la satisfacción de los consumidores.

Valores

- **Pasión:** disfrutar cada momento del trabajo que se realiza
- **Excelencia:** buscar siempre la perfección en tu producto o servicio.
- **Calidad:** dar a tus clientes el máximo de calidad posible en el producto servicio.
- **Estratégico:** tener una cercanía próxima y accesible a los clientes y empleados.
- **Eficiencia:** hacer tu trabajo con el mínimo de recursos posibles y en el menor tiempo posible.
- **Innovación:** cambiar, evolucionar, hacer cosas nuevas, ofrecer nuevos productos y adoptar nuevos procesos de prestación de servicios.

Una vez generado la aplicación de las 5S de la calidad como proceso de mejora de visualización y la atención al cliente en la papelería y bazar Cristopher, se encontró ciertas falencias que no son parte del trabajo de investigación, sin embargo, se hizo un análisis a profundidad que, para lograr el correcto manejo de la metodología, en la fase quinta de la disciplina, deben ser adheridas en el cambio organizacional.

A continuación, en la tabla 4 se presenta el resumen de la propuesta que se las fue aplicando paso a paso luego de la aplicación de la metodología, generando en la empresa de estudio la Papelería y Bazar Cristopher, un cambio global en su visualización y la mejora continua en el proceso de ventas y atención al cliente.

Cabe recalcar que las propuestas dieron un realce a la papelería, en la cual se ha visto de manera significativa el proceso de satisfacción al cliente, ha incrementado la concurrencia de visitantes y fidelización de los clientes antiguos.

Tabla 4*Tabla de propuestas*

Propuesta	Etapas de la propuesta
Adquisición de uniformes	Realizado
Colocación de luces led en mueble de madera donde se exhibe todo tipo de pinturas.	Realizado
Colocación de luces led en la vitrina de vidrio.	Realizado
Clasificación y orden del material de papelería.	Realizado
Rediseño del local comercial.	Realizado
Colocación del sistema de facturación digital	En curso
Adquisición del lector de código de barras	En curso

Nota. Resumen de las propuestas y en la etapa que se encuentran como un valor agregado al trabajo de la aplicación de la 5S de la Calidad

En la tabla 5 se genera un resumen del costo y las fechas de aplicación de las propuestas de que se han ejecutado en conjunto con el proceso de la mejora continua, una vez aplicada la metodología de las 5 S de la Calidad.

Denotando que los dueños y trabajadores de la papelería se sienten motivados y satisfechos con el cambio y visualización que mantiene la empresa en la actualidad.

Tabla 5*Tabla de acciones*

Ítem	Acción	Inicio	Fin	Costo
1	Adquisición de uniformes	05/08/2022	10/08/2022	\$60
2	Colocación de luces led.	12/08/2022	14/08/2022	\$24
3	Rediseño del local comercial	15/08/2022	20/08/2022	\$50
4	Clasificación y orden del material de papelería.	25/08/2022	28/08/2022	\$60
Inversión Total				\$194

Nota. Se observa la tabla de acciones que se lleva a cabo en Bazar y Papelería Christopher

Conclusiones

Se realizó la encuesta de calidad a los clientes, con el fin de obtener resultados que fueron implementados según sus requerimientos favoreciendo de esta manera a ambas partes y superando las expectativas de los clientes.

Se identificó cada una de las necesidades de los clientes y de esta manera se logró tomar decisiones para la resolución de sus problemas al momento de adquirir ya sea un producto o servicio mejorando de esta manera su experiencia dentro de Bazar y Papelería Christopher.

Se ejecutó cada uno de los pilares que conforma la 5s de la calidad en relación a la atención del cliente satisfaciendo de esta manera sus necesidades y obteniendo de ellos su fidelización logrando mejorar la mayor parte de la infraestructura del local comercial. la atención y satisfacción del cliente.

Recomendaciones

A continuación, se van a enumerar una serie de recomendaciones cuya implementación son vitales para el desarrollo, progreso y crecimiento positivo del local comercial donde está enfocado la implementación de las 5 S de la calidad en relación de la mejora de la atención al cliente:

Implementar un programa digital de permita la reducción del tiempo de espera en la atención a los clientes.

Utilización también del benchmarking, esto ayudará a mantener una cultura positiva dentro de los procesos del trabajo, con el propósito de transferir buenas prácticas.

Según los resultados obtenidos en este proyecto se recomienda también implementar la facturación electrónica, esto con el fin de reducir y mejorar los costes por parte de la organización.

Referencias

Cebra. (22 de Diciembre de 2021). Obtenido de 5 Tipos de Clientes:

<https://www.cebra.cl/blog/5-tipos-de-clientes-y-como-tratarlos-correctamente/>

ISO -9001-2015. (13 de Septiembre de 2016). Obtenido de NUEVAS NORMAS ISO ES UNA

INICIATIVA DE ESCUELA EUROPEA DE EXCELENCIA: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>

Jaume Aldavert, E. V. (2016). *Guía práctica 5S para la mejora continua: La base del Lean.*

ESPAÑA: ALDA TALENT, S.L. Obtenido de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ZEzcDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=implementaci%C3%B3n+de+las+5s&ots=eR-->

Johana, R. (29 de Noviembre de 2021). *HubSpot*. Obtenido de Que es un cliente:

<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>

Martin, J. (13 de Agosto de 2020). *Cerem International*. Obtenido de Las 5 S japonesas para

mejorar tu negocio y tu vida: <https://www.cerem.es/blog/las-5-s-japonesas-para-mejorar-tu-negocio-y-tu-vida>

Mauricio, M. (1 de Abril de 2015). *Tiempos Muertos*. Obtenido de

<https://prezi.com/0rgluncgyzal/tiempos-muertos/>

Pablo, R. (10 de Agosto de 2008). Obtenido de Trabajo productivo, trabajo improductivo y

descomposición capitalista: <https://revistaedm.com/edm/21/trabajo-productivo-trabajo-improductivo-y-descomposicion-capitalista/>

SSRN. (2018). Mejora Continua: Implementación De Las 5S En Una Microempresa. *Revista*

Global de Negocios, v. 6 (5) p. 97-110, 2018. Obtenido de Mejora Continua:

Implementación De Las 5S En Una Microempresa

Westbrook, & Reilly. (s/f). *La satisfaccion del cliente*. Obtenido de

<http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>

Anexos

Anexo 1

Encuesta

Encuesta

La tabulación de la encuesta se llevó a cabo con la finalidad de obtener datos precisos que facilita la verificación de falencias en ciertas características en la atención al cliente, esta técnica, permite que la organización tome decisiones oportunas para lograr satisfacer las necesidades de los clientes, por lo que utilizo las siguientes preguntas de acuerdo con el nivel de satisfacción de los mismos:

Pregunta N^o 1: ¿Con qué frecuencia utiliza nuestro servicio?

Pregunta N^o 2: ¿Cómo calificaría nuestra atención?

Pregunta N^o 3: ¿Cómo calificaría la experiencia general con el servicio proporcionado?

Pregunta N^o 4: Considerando la experiencia con nuestro servicio, ¿Qué probabilidades hay de que nos recomiende a un amigo o familiar?

Pregunta N^o 5: De las diferentes alternativas que se presentan a continuación, seleccione el nivel de satisfacción que se le ha brindado en el local Bazar y Papelería Christopher.

- Saludo y bienvenida al cliente
- Atención percibida
- Visibilidad del local
- Tiempo de espera
- Calidad del producto
- Presentación del vendedor

Nota: Preguntas de la Encuesta realizada, para la obtención de resultados de la investigación.

Anexo 2

Guía de preguntas para la Entrevista

Entrevista
Saludo
Pregunta 1: Tiempo que hace uso del servicio que presta Bazar y Papelería Christopher
Pregunta 2: Con qué frecuencia hace uso de nuestro servicio-
Pregunta 3: que tan satisfecho que encuentra el cliente con el servicio que experimento.

Nota: Preguntas de la Entrevista realizada a un cliente, para la obtención de resultados de la investigación.

Anexo 3

Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACION DIRECTA	
Tema: Mejoramiento de la atención al cliente.	Nombre del Investigador: Jonathan Fernando Sánchez Valdiviezo
Lugar: Bazar y Papelería Christopher	Fecha de Observación: 15 de Agosto del 2022
<p>Bazar y Papelería Christopher se encuentra ubicado en la Ciudad de Quito, Parroquia Guamani, Barrio Nueva Aurora, en las calles Romel Vasquez y Rene Hidalgo, en dicho local comercial se observó varias deficiencias al momento de realizar la observación, que bajaban la rentabilidad y la afluencia de clientes en su local comercial, por lo que se tomó evidencia donde era el problema, para el mejoramiento de dicha situación se le recomienda realizar cambios en la infraestructura que favorezcan la visualización, espacio, organización, clasificación e incluso la limpieza, estas medidas se toma con el fin de mejorar la atención al cliente, y que el trabajo sea más eficiente, para que los mismos se sientas satisfechos en el cambio que realiza el dueño del local comercial.</p>	

Nota: Ficha de observación directa que se aplicó, para la obtención de resultados de la investigación.

Anexo 4

Tabla de servicios complementarios



Nota: Tabla de servicios complementarios que brinda Bazar y Papelería Christopher a sus clientes.

Anexo 5

Uniformes



Nota. Los trabajadores portan busos identificadores, por lo que los clientes ya una mejor presentación física e identificación de los trabajadores de la organización.

Anexo 6*Limpieza*

Nota. Se adoptó la limpieza, organización y orden a cada momento, como una cultura en los trabajadores.

Anexo 7*Mejoramiento*

Nota. Se optó por colocar las luces led para llamar la atención de los clientes.