



Decanato de Posgrado
Maestría en Gerencia y Productividad

Tesis para optar por el Título de
Magíster en Gerencia y Productividad

Título
IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN SERVICES PARA LA
MEJORA DE PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY EN EL PRIMER SEMESTRE
DEL AÑO 2018

Sustentante:
Yosmarlin Francesca Germán Pérez, Matrícula 2016-2057

Asesor(a):
Ms. Ma. Dolores Sevilla

Santo Domingo, Distrito Nacional
Julio, 2018

RESUMEN

La presente propuesta de implementación pretende agregar valores adicionales a la gestión realizada en los procesos de atención a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry, así como todos aquellos procesos internos que impactan sobre la satisfacción, generando estrategias que incrementen la fidelización y lealtad frente a un mercado competitivo de lavanderías en la República Dominicana. Para el estudio y desarrollo de esta investigación fueron utilizadas diversas técnicas que permitieron la obtención de los resultados, considerando la percepción de los clientes, en variables de atención, servicio, calidad, precio, tiempos de entrega y ventajas ofrecidas por la lavandería, así como la percepción de los colaboradores frente a las herramientas disponibles en las instalaciones de la empresa y el desempeño propio de cada una de sus funciones para el logro de los objetivos. Como elemento destacable en la propuesta, se contempló el análisis y aplicación de la metodología Lean Services, considerando cada uno de sus principios y a su vez la técnica de las 5S, la cual permitió integrar soluciones dentro de la operativa diaria de la lavandería, que inciden directamente sobre la satisfacción de los clientes y los beneficios obtenidos por la Lab Cleaner & Laundry. Las conclusiones generadas del estudio de esta investigación demuestran que el enfoque en los procesos debe girar en torno a los clientes, maximizando las ventajas competitivas para la fidelización, eliminando desperdicios generados de la operativa interna y contemplando nuevos recursos e implementaciones tecnológicas que dinamicen los lazos tanto a nivel interno como externo de la lavandería.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	ii
ÍNDICE DE IMÁGENES	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
AGRADECIMIENTOS.....	x
DEDICATORIA.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE PROCESOS EN LAS LAVANDERÍAS	3
1.1 Origen de las lavanderías	3
1.1.1 Evolución del Lavado.....	7
1.2 Tipología y Características de las Lavanderías.....	9
1.2.1 Lavandería o Tintorería Estándar	9
1.2.2 Lavandería Industrial	9
1.2.3 Lavandería de Autoservicio	10
1.3 Lavanderías en la República Dominicana.....	11
1.4 Procesos realizados en las lavanderías.....	14
1.4.1 Clasificación de prendas.....	15
1.4.2 Lavado.....	15
1.4.3 Lavado en Seco.....	15
1.4.4 Secado	16

1.4.5	Planchado.....	16
1.4.6	Empaquetado	17
1.4.7	Sastrería	17
1.5	Simbología del lavado y cuidado de prendas.....	17
1.6	Aplicación de la metodología Lean Services en procesos de atención al cliente.....	18
1.6.1	Técnicas de la metodología Lean Services aplicables a la gestión de procesos	21

CAPÍTULO II ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2018.....

2.1	Antecedentes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry	25
2.2	Descripción de la Estructura Organizacional de la Empresa.....	27
2.3	Descripción de los procesos de atención al cliente en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry	30
2.4	Análisis FODA.....	31
2.5	Aspectos Metodológicos utilizados para el desarrollo de la Investigación	31
2.5.1	Tipos de Estudios	32
2.5.2	Métodos.....	32
2.5.3	Fuentes y Técnicas.....	33
2.5.4	Tratamiento de la Información	34
2.6	Análisis de cuestionarios, guías de observación y entrevistas.....	34

CAPÍTULO III PROPUESTA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN SERVICES PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY	58
3.1 Introducción de la Propuesta de Implementación	58
3.2 Objetivos de la Propuesta de Implementación	58
3.2.1 Objetivo General.....	58
3.2.2 Objetivos Específicos	59
3.3 Justificación de la Propuesta de Implementación	59
3.4 Técnica seleccionada de la metodología Lean Services para la implementación de la propuesta	60
3.5 Implementación de la propuesta basada en la técnica de las 5S.....	63
3.6 Propuestas adicionales para el mejoramiento del servicio.....	74
3.7 Costo de Implementación de la Propuesta.....	85
3.8 Plan de Implementación de la Propuesta.....	85

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1	Mujer lavando la ropa a mano	4
Imagen No. 2	Lavaderos de la época.....	5
Imagen No. 3	Primera lavadora accionada con manivela y tambor giratorio	7
Imagen No. 4	Logo de la Empresa Royal Lavandería.....	11
Imagen No. 5	Logo de la Empresa L' Oscar Lavandería.....	12
Imagen No. 6	Logo de la Empresa Clean Master Lavandería.....	13
Imagen No. 7	Logo de la Empresa Pressto.....	14
Imagen No. 8	Símbolos para el lavado y cuidado de la ropa	18
Imagen No. 9	Logo Empresa Lab Cleaner & Laundry.....	26
Imagen No. 10	Organigrama de la empresa Lab Cleaner & Laundry	29
Imagen No. 11	Proceso de Atención al Cliente en Lab Cleaner & Laundry .	30
Imagen No. 12	Técnica de las 5S	62
Imagen No. 13	Etiquetado de colores	64
Imagen No. 14	Cestos para clasificación de prendas de acuerdo al tipo de servicio.....	65
Imagen No. 15	Recepción de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry	66
Imagen No. 16	Cestos para la producción diaria por días de la semana	68
Imagen No. 17	Limpieza en el lugar de trabajo	70
Imagen No. 18	Carrusel para control de piezas en una lavandería	72
Imagen No. 19	Compromiso de los miembros de la organización	74

Imagen No. 20 Contratación de personal.....	75
Imagen No. 21 Diseño de aplicaciones web	77
Imagen No. 22 Transporte para servicio a domicilio.....	79
Imagen No. 23 Fidelización y Lealtad del Cliente	81
Imagen No. 24 Alianzas entre empresas	82
Imagen No. 25 Señalización de seguridad.....	84

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Porcentaje de encuestados según Sexo	35
Cuadro No. 2 Porcentaje de encuestados por edad.....	36
Cuadro No. 3 Porcentaje de encuestados por la zona donde reside	38
Cuadro No. 4 Porcentaje de encuestados por su estado laboral.....	39
Cuadro No. 5 Porcentaje de encuestados sobre el tipo de empleo	40
Cuadro No. 6 Porcentaje de encuestados por tipos de servicios solicitados	41
Cuadro No. 7 Porcentaje de Variables encuestadas por las cuales los clientes utilizan los servicios de la lavandería.....	42
Cuadro No. 8 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de la actitud y atención del colaborador/empleado que prestó el servicio	44
Cuadro No. 9 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del cumplimiento de los requisitos esperados (lavado/acabado).....	45
Cuadro No. 10 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del cumplimiento del tiempo de entrega de la ropa	47
Cuadro No. 11 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del precio para los encuestados	48
Cuadro No. 12 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de claridad y exactitud de facturas.....	50
Cuadro No. 13 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre el grado de satisfacción del servicio recibido por los encuestados.....	51
Cuadro No. 14 Porcentaje de encuestados que recomendarían los servicios de la lavandería a un tercero.....	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Porcentaje de encuestados según Sexo	35
Gráfico No. 2 Porcentaje de encuestados por edad	37
Gráfico No. 3 Porcentaje de encuestados por la zona donde reside	38
Gráfico No. 4 Porcentaje de encuestados sobre el tipo de empleo	40
Gráfico No. 5 Porcentaje de encuestados por tipos servicios solicitados	41
Gráfico No. 6 Porcentaje de Variables encuestadas por las cuales los clientes utilizan los servicios de la lavandería.....	43
Gráfico No. 7 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de la actitud y atención del colaborador/empleado que prestó el servicio	44
Gráfico No. 8 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del cumplimiento de los requisitos esperados (lavado/acabado).....	46
Gráfico No. 9 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del cumplimiento del tiempo de entrega de la ropa.....	47
Gráfico No. 10 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del precio para los encuestados	49
Gráfico No. 11 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de claridad y exactitud de facturas.....	50
Gráfico No. 12 Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre el grado de satisfacción del servicio recibido por los encuestados.....	52

AGRADECIMIENTOS

Primero agradezco a Dios por su bondad, por darme la fortaleza para seguir adelante y mantenerme firme con el logro de cada uno de mis objetivos.

A mi familia por ser el sostén y mi soporte que me llena de motivación para superarme cada día y dar lo mejor de mí.

A mi pareja por apoyarme en todo momento, ser mi guía y sobre todo reconocer mi potencial profesional.

A mis amigos por comprender la importancia de este paso y esperar pacientemente en momentos donde el estudio tenía mayor peso que una salida.

DEDICATORIA

Dedico con gran satisfacción y orgullo del deber cumplido este logro, a toda mi familia, pareja, amigos y seres queridos que me acompañaron durante este recorrido y me impulsaron con gran motivación para alcanzar esta meta.

INTRODUCCIÓN

La rapidez con la cual se desarrollan los mercados hoy día y la inmediatez que exigen los clientes para la percepción de los servicios, han desencadenado la necesidad de que empresas como las Lavanderías se reinventen e incluyan en sus prácticas estrategias que dinamicen la experiencia y generen valores agregados durante la prestación de los servicios.

El enfoque en metodologías como Lean Services han calado en la gestión de empresas de diversos tipos y tamaños, pues la aplicación de las mismas permite evidenciar oportunidades de mejoras tan sencillas, pero con un impacto significativo para la maximización de los ingresos percibidos en la oferta de valor entregada a los clientes.

La combinación adecuada y permanencia de variables como la calidad, tiempos de entrega, precio, comodidad e innovación son características que el cliente de hoy día espera percibir en los servicios que demanda, y es por ello que en esta investigación se han empleado una serie de instrumentos, aplicados durante el primer semestre del año 2018, con el objetivo evaluar la percepción de los procesos de atención al cliente en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry, para implementar mejores prácticas de la metodología Lean Services garantizando la satisfacción de sus clientes.

El primer capítulo de la investigación, introduce el análisis de la gestión de procesos en las lavanderías, considerando la historia y evolución de las mismas, así como su impacto. Hace mención al mercado de lavanderías en la República Dominicana y la oferta de valor actual ofrecida por estas empresas, para poder contrastar las necesidades de la lavandería a estudiar. Además, desglosa todos los procesos realizados en una lavandería desde las entradas, el procesamiento y las salidas del producto terminado. Y, por último, pero no

menos importante, este capítulo engloba la aplicación de la metodología Lean Services en procesos de atención al cliente y cada una de sus técnicas, las cuales aportan el valor y la solución para la implementación de la propuesta de esta investigación.

El capítulo dos, presenta todo el diagnóstico de la lavandería Lab Cleaner & Laundry durante el primer semestre del año 2018, considerando las encuestas realizadas a los clientes, guías de observación aplicadas para la evaluación de los procesos gestionados por los colaboradores, así como los cuestionarios realizados al personal interno de la lavandería. Este capítulo representa el levantamiento in situ de todos los datos necesarios para el conocimiento de los procesos realizados por la lavandería y la percepción que está siendo recibida por sus clientes.

El capítulo tres, finaliza con la exposición de todos los puntos necesarios a desarrollar para la implementación de mejoras aplicables en la lavandería considerando la metodología Lean Services y una de sus técnicas denominada, las 5S. Además, contempla mejoras adicionales identificadas producto de necesidades manifestadas por clientes y colaboradores para potenciar los servicios y beneficios de la lavandería. En este capítulo se desarrolla una estimación económica de los costos necesarios incurrir para la mejora de la gestión de procesos y el aumento de la satisfacción de los clientes que consumen los servicios de la lavandería Lab Cleaner & Laundry.

La investigación concluye con la importancia del desarrollo de las lavanderías como empresas de servicios y su gran valor para las personas con diferentes estilos de vida que demandan de criterios enfocados a cada necesidad y con garantía de crear lazos de lealtad y fidelidad a través de elementos que aumenten el compromiso por entregar una propuesta renovada y diferenciada frente a los mercados competitivos.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE PROCESOS EN LAS LAVANDERÍAS

1.1 Origen de las lavanderías

“Antiguamente la ropa se limpiaba en el río, golpeándola contra las rocas y frotándolas con arena. Es tan antigua, esta usanza de lavar la ropa que arqueólogos han encontrado restos de grasa animal mezclada con ceniza utilizada como jabón para lavar la ropa con mejores resultados” (Lavadoras.us, 2018, pág. 1).

La necesidad humana y búsqueda constante de formas de atender problemas, es lo que combinado a la curiosidad llevó al hombre en siglos pasados a encontrar nuevas maneras para resolver situaciones que limitaban su accionar en la sociedad. El uso de las telas para vestir el cuerpo y a su vez la causa inevitable de que estas piezas fueran manchadas y ensuciadas con sustancias propias de la interacción de todo ser humano en su cotidianidad, encendió el motor para el hombre encontrar la necesidad de no descartar las piezas usadas y darle un uso posterior a través del lavado de las mismas.

“En aquella época y en Latinoamérica, los primeros lavados eran completamente artesanales, la ropa se llevaba a las cuevas de los ríos y empezaba ahí el proceso de lavar la ropa durante largas horas de lavado manual” (Getlavado, 2016, pág. 1).

El lavado de ropa representaba un trabajo arduo y tortuoso por la manualidad que esta actividad implicaba y por las grandes cantidades de ropas que debían lavar las “lavanderas” como se le solía llamar a las personas dedicadas a este tipo de actividad; estas mujeres pasaban horas largas dedicadas a esta labor.

Se dice que en la nobleza y hogares ricos de la época postergaban el lavado de ropa hasta un mes si era posible y disimulaban el uso repetido de las ropas rociándoles perfumes para contrarrestar el mal olor que podían estas desprender por el uso.

Continuando con lo que dice el autor (ibidem), no olvidemos a las “Lavanderas” identificadas como mujeres muy trabajadoras, se la pasaban todo el día lavando. Ellas fueron protagonistas durante la Revolución Industrial, momento en que las telas eran más baratas y la vestimenta femenina, sobre todo, cambió a un estilo con más capas y varios kilos más de ropa.

Imagen No. 1

Mujer lavando la ropa a mano



Fuente: Caminando por Madrid (2014, p. 1)

El trabajo realizado por las lavanderas tomó su auge y producto de la Revolución Industrial a finales del siglo XVIII al disminuir el costo de los textiles,

las personas optaban por lavar más a menudo sus prendas de vestir con el apoyo de las lavanderas, disminuyendo así el tiempo de lavado de un mes hasta una semana. Producto de esta demanda, se instalaron lavaderos en las proximidades de los ríos para aprovechar la corriente de agua generada.

La ubicación de los lavaderos trajo consigo la visión para finales del siglo XIX de la instalación de lavanderías o tintorerías dedicadas a realizar esta función por las personas que comenzaban a considerar esta actividad como algo que les restringía en términos de tiempo.

Imagen No. 2

Lavaderos de la época



Fuente: El Blog de Joaquín Medina (2010, p. 1)

La Tintorería Madrid-París considera (2017, pág. 1), no obstante, en lo que se refiere al lavado, los productos que utilizaban las primeras tintorerías nada tenían que ver con los modernos detergentes. Las prendas se sumergían en unas grandes vasijas de barro que se habían llenado previamente con una mezcla de orina (humana y de camello) y agua. Los empleados de las lavanderías eran los encargados de pisar la ropa con sus pies para que actuara el “detergente”. A veces, era necesario recurrir a remedios más fuertes para eliminar los restos de grasa, por lo que se frotaban las manchas con tierra o arcilla.

Las prácticas utilizadas para eliminar los rastros de suciedad en la ropa fueron incluyendo variables que poco a poco dieron lugar al afamado jabón, el cual por su composición natural se conforma de productos como el aceite vegetal, grasa de animal y hasta ceniza las cuales funcionaban como un agente limpiador.

“Posiblemente el trabajo más importante en la industria de la confección romana era el de los encargados de su limpieza, o el de las tintorerías (“fullonicae” en latín). Las tintorerías servían a ciudades enteras, en ellas se hacían tintes, se lavaba y secaba ropa de todo tipo” (Tintorería & Lavandería, 2010, pág. 1).

Las lavanderías remontan sus orígenes a la Antigua Roma y estos establecimientos ofrecían además del lavado de la ropa, el secado y el tinte de las prendas con los productos propios de la naturaleza. El costo de las lavanderías o tintorerías era elevado por lo que estos servicios eran utilizados por familias adineradas de la época.

1.1.1 Evolución del Lavado

“En el comienzo del siglo XIX, en la Europa Occidental, comenzó la tendencia de introducir ropa en cajas de madera y hacerlas girar mediante una manivela. Tanto madres como hijas se turnaban durante horas y horas para poder accionar estas rudimentarias lavadoras de madera” (LaColada, 2018, pág. 1).

Imagen No. 3

Primera lavadora accionada con manivela y tambor giratorio



Fuente: El Redondelito (2016, p. 1)

Fueron desarrollados por el ingenio de muchos inventores y creadores, artefactos para mejorar la gestión del lavado en los hogares de las amas de casa, quienes independientemente del proceso de lavado tenían otras tareas del hogar que limitaban de su tiempo para poder desarrollarlas.

“Las primeras lavadoras venían de la idea significativa de adoptar la imagen de un taburete invertido que presionaba la ropa, así se escurría el agua y cabía la posibilidad de que entrase más agua” (ibidem).

El uso de la madera y la presión ejercida al frotar las prendas de ropa les permitía a quienes realizaban esta tarea desprender las impurezas de la ropa. Además, este ejercicio simulaba la práctica anterior, realizada golpeando contra la pared o una roca las piezas mojadas para liberar el sucio que podía contener la prenda.

“Antes de que existieran las lavadoras las personas se dieron cuenta de que el contacto del agua con la ropa podía servir para quitar las manchas. En los barcos, por ejemplo, introducían las prendas en las redes de pescar y dejaban que el agua y las corrientes hicieran el resto” (Practicopedia - lainformacion.com, 2012, pág. 1).

El ingenio y el contacto con los flujos de corrientes de agua permitieron al hombre experimentar procesos que dieron lugar a la invención de mecanismos de lavado automatizados y más simples facilitando la ejecución de la labor por las lavanderas/ros y amas de casa dedicados a esta función.

“Y no fue hasta principios del siglo XIX, en 1901, cuando Alva John Fisher inventó la primera lavadora eléctrica completamente automática, para alivio de las sufridas amas de casa y de los trabajadores que se ocupaban de estos menesteres” (Viajestic, 2018, pág. 1).

Esto significó un avance para la sociedad en aquella época ya que el artefacto compuesto por un tambor permitía incorporar en el mismo, los detergentes y el agua como productos principales para el desarrollo del proceso de lavado, eliminando de esta manera la manualidad existente.

1.2 Tipología y Características de las Lavanderías

Las Lavanderías de acuerdo a su naturaleza y a la necesidad de los usuarios que solicitan o requieren del lavado de sus prendas o piezas textiles, se pueden clasificar en tres (3) categorías, las cuales se describen a continuación:

1.2.1 Lavandería o Tintorería Estándar

Según el Proyecto Lavandería (2013, pág. 1), la lavandería estándar o más conocida por tintorería tiene como objetivo limpiar, secar y realizar los acabados de la ropa de particulares, suelen ser de tamaño pequeño. Los clientes llevan su ropa en el local y la dejan para que los trabajadores hagan el proceso, el cliente tiene que volver después de unas horas o el día siguiente para recoger su ropa.

Las lavanderías convencionales ofrecen la facilidad a los clientes de que estos pueden dejar sus prendas directamente en la localidad donde se encuentra el establecimiento y estos de acuerdo a su promesa de valor le entregan la ropa con el servicio solicitado, los cuales se caracterizan por lavado, secado, planchado, empaquetado, entre otros. De la misma manera el cliente puede contar con la facilidad de que el mensajero de la lavandería retire sus piezas en la localidad de su hogar y las entregue en el tiempo definido siempre y cuando la lavandería cuente con este tipo de servicio adicional.

1.2.2 Lavandería Industrial

“La lavandería industrial tiene como objetivo limpiar, secar y realizar los acabados de ropa para empresas, como pueden ser restaurantes, peluquerías, gimnasios, hoteles, residencias, hospitales, etc. La misma

empresa suele hacer la recogida de la ropa y la entrega. Suelen ser de tamaño medio o grande” (ibidem).

La industrialización y alta demanda de las empresas de tener procesos más ágiles y eficientes incrementa la necesidad de contar con atributos que le permitan hacer rápida entrega de insumos necesarios para su propia operativa. Un ejemplo vivo de este tipo de demanda es la que se vive en los hoteles, pues por el alto flujo de clientes y la operación misma del negocio, el uso de toallas, mantelería, uniformes de los empleados, cortinas y textiles que decoran las instalaciones representan un volumen significativo diario el cual debe ser atendido a través del uso de lavadoras industriales que permitan responder a capacidades no convencionales en una lavandería estándar.

1.2.3 Lavandería de Autoservicio

“Las lavanderías autoservicio tienen como objetivo facilitar el uso de sus máquinas de lavandería a los particulares para que ellos realicen el proceso de lavado y secado en su local. Suele ser un local de tamaño pequeño o mediano con fácil acceso al público” (ibidem).

La simplicidad de los procesos y las tendencias a minimizar costos en recursos invertidos por las lavanderías u otros negocios, ha impulsado a las empresas a implementar mecanismos en los cuales el cliente pueda autogestionarse sin necesidad de recibir el soporte de un empleado. Las lavanderías de autoservicio han llegado para brindarle al cliente una facilidad a menor costo y con una mayor agilidad del proceso ya que esto depende exclusivamente de la ejecución del cliente para el proceso de lavado, facilitándole los insumos y aparatos eléctricos necesarios para llevar a cabo el proceso y considerando el costo que deberá asumir por el consumo de los mismos.

1.3 Lavanderías en la República Dominicana

En la República Dominicana existe una amplia gama de lavanderías/tintorerías. Entre las más reconocidas por los servicios ofrecidos y trayectoria en el mercado se encuentran las nombradas a continuación:

- *Royal Lavandería*

Reconocida por el alto crecimiento y expansión con 23 sucursales repartidas en la geografía nacional. Son especialistas en los trabajos de lavado en seco, lavado y planchado de todo tipo de textil, eliminación de cualquier tipo de mancha. Además, ofrecen los servicios de empacado al vacío, sastrería y trabajos de pedrería.

Imagen No. 4

Logo de la Empresa Royal Lavandería



Fuente: Royal Lavandería (2018, p. 1)

La clasificación de sus servicios responde a la siguiente segmentación:

- *Servicios Básicos*, en los cuales se encuentran: Lavado en seco, Planchado, Empacado con terminación de primera, Wash and Fold (lavado, secado y doblado ideal para toallas, ropa interior, sábanas).

- *Servicios Complementarios*, en los cuales se encuentran: Sastrería en general y eliminación y tratamiento de manchas en textiles.
 - *Servicios Especializados*, para los siguientes tipos de productos: alfombras, colchas o frazadas, edredones, almohadas, peluches, cortinas, manteles, visillos, bultos, maletas, vestidos de novia. Además, realizan empaques al vacío para vestidos de ocasiones especiales y servicios de pedrería en prendas de vestir.
- ***Lavandería L' Oscar***
Lavandería dominicana con más de 23 años de servicio desde el 1995, brindando satisfacción a sus clientes con una propuesta de valor enfocada en la atención personalizada.

Imagen No. 5

Logo de la Empresa L' Oscar Lavandería



Fuente: Lavandería L'Oscar (2018, p. 1)

La empresa L' Oscar aparte de ofrecer los servicios de lavandería, incluye dentro de su propuesta a los clientes, elementos diferenciadores que incrementan sus ventajas competitivas, entre los cuales se encuentran:

- *Zapatería:* Servicios de limpieza, reparación, forrado, pintura y hormas para zapatos.

- *Sastrería:* Servicios de diseño y confección, reparación de alteraciones y cosido de prendas textiles.
- *Llaves:* Servicios para llaves y reproducción de copias.
- *Clean Master*
 Franquicia española instalada en el país con más de 20 años de experiencia en el sector de las tintorerías. Son especialistas por ofrecer servicios tanto para empresas como individual permitiendo así la flexibilidad para atender pedidos o solicitudes de cualquier magnitud.

Imagen No. 6

Logo de la Empresa Clean Master Lavandería



Fuente: Clean Master (2018, p. 1)

Dentro de la cartera de servicios que ofrece esta lavandería para las empresas que deseen optar por sus servicios de forma continua o regulada se encuentra:

- Servicios de lavandería
- Servicios de costura y bordados
- Impermeabilización textil
- Ignifugación: Consiste en un tratamiento para hacer resistentes las fibras textiles contra los efectos del fuego.

Esta lavandería representa una ventaja competitiva por poseer servicios enfocadas al sector empresas garantizando una solución y una respuesta ante necesidades actuales. Además de ofrecer sus servicios al público en general y más pequeño.

- *Pressto República Dominicana*

Franquicia pionera en ofrecer los servicios de planchado con una promesa valor de tiempo de entrega para sus clientes de una (1) hora. Posee actualmente 11 lavanderías ubicadas en diferentes ciudades repartidas en diversos centros comerciales de la República Dominicana.

Imagen No. 7

Logo de la Empresa Pressto Lavandería



Fuente: Pressto (2018, p. 1)

Ofrecen servicios personalizados a sus clientes con la bondad de que el cliente decide el acabado que desea en sus piezas, es decir, para el planchado se puede elegir si la prenda requiere filo o no en su terminación y de cara a los olores si el suavizante lo desea con alguna fragancia o sin ella.

1.4 Procesos realizados en las lavanderías

Todo *proceso* se define como la secuencia lógica de pasos, los cuales tienen *entradas o insumos* que son procesados para generar un *resultado final*. En el caso de las lavanderías, no es la excepción, se requiere de una serie de procesos que permitan la perfecta articulación de tareas para obtener los requisitos esperados por el cliente con calidad. Los procesos que son realizados en las lavanderías se clasifican en los siguientes:

1.4.1 Clasificación de prendas

Proceso que consiste en separar las prendas por tipo de textil, colores, etiquetas propias de la prenda y grado de suciedad, tomando en consideración que de esta clasificación dependerá el tipo de detergente aplicado para el lavado de las piezas, así como la velocidad o ciclo de lavado de la ropa dependiendo de las instrucciones colocadas por el fabricante.

Este paso dentro de toda lavandería es esencial y es donde nace el inicio del proceso previo al lavado, de dicha selección dependerá el lavado correcto y la garantía del cuidado y permanencia de la prenda.

1.4.2 Lavado

Proceso que consiste en sumergir las prendas o piezas en una lavadora o recipiente en el cual se pueda contener los elementos básicos para el lavado: el agua y el detergente, los cuales una vez se encuentran contenidos en el mismo recipiente hacen la función de retirar la suciedad contenida en la ropa.

Importante recalcar que previo al lavado debe darse la clasificación de las piezas porque de esto dependerá el detergente utilizado: blanqueador o cloro el cual no puede ser utilizado en ropa de color, jabón, suavizante, entre otros.

1.4.3 Lavado en Seco

“Es un proceso en el que se utilizan productos especiales para retirar la suciedad y las manchas en las prendas” (Robotina Lavandería, 2018).

Este proceso recibe el nombre de lavado en seco porque para su ejecución se utilizan productos que no contienen agua para evitar que estos penetren las fibras de las prendas textiles y así evitar que la mancha se esparza sobre la pieza complicando el retiro de la misma.

1.4.4 Secado

Proceso que consiste en retirar el agua contenida en la ropa producto del lavado a través de una máquina secadora.

“Básicamente lo que hace una secadora es aspirar el aire del lugar en el que está instalada, calentarlo y proyectarlo dentro del tambor para conseguir secar la ropa. Esta acción genera humedad que es extraída directamente de la ropa al secarse” (La Wash, 2016, pág. 1).

Las secadoras por sus características eliminan el agua de forma tal que este elemento es separado de la prenda facilitando a través de la electricidad, automatización y tecnología aplicada, que las personas no se vean en la necesidad de exprimir manualmente las prendas de ropa. Es ventajoso para las lavanderías el uso de estas máquinas para operar de forma masiva y eliminar brechas de tiempo, ya que la utilización de las mismas permite que dentro de la secadora sean colocadas varias piezas en conjunto considerando siempre el tipo de tejido de cada textil para evitar que se maltrate.

1.4.5 Planchado

Es una operación que consiste en eliminar las arrugas generadas por el lavado de la ropa, aplicando calor y presión a la prenda a través de un artefacto llamado plancha. Para este proceso es requerido almidonar la pieza previamente de manera que sea mucho más fácil el planchado.

El almidón es una sustancia diluida en cantidades de agua que son ofertadas en el mercado, en frascos como aerosoles o presentaciones liquidas o en polvo que se utilizan para realizar el proceso de planchado.

Es importante considerar para esta actividad el tejido de las prendas ya que esto influirá en la temperatura aplicada a la ropa para eliminar las arrugas que esta posea debido al lavado realizado previamente.

1.4.6 Empaquetado

Proceso que consiste en colocar el empaque a las prendas de vestir o piezas solicitadas por el cliente de acuerdo a su tratamiento.

El empaquetado consiste en el último paso del proceso y el empaque regularmente está compuesto por un gancho por el cual es sostenida la ropa y una capa plástica para proteger la ropa de cualquier impureza, mancha o probabilidad de que sea ensuciada previo a su entrega al cliente.

1.4.7 Sastrería

Es un tipo de servicio diferenciador ofrecido por las lavanderías en la actualidad, por medio del cual el cliente puede optar por llevar sus piezas de vestir para que sean reparadas.

La sastrería es amplia en su gestión pues incluye todo lo que es la confección de piezas de vestir, así como la corrección de alteraciones. Es una propuesta que muchas empresas de lavandería hoy día promueven e incluyen en su oferta de valor para sus clientes.

1.5 Simbología del lavado y cuidado de prendas

Existe una amplia gama de símbolos y etiquetas las cuales permiten conocer el debido cuidado que deben recibir las prendas para su tratamiento, siendo estas etiquetas las que indican si la prenda puede ser lavada y la temperatura que puede tolerar, de la misma manera los productos que pueden ser

utilizados para su correcto lavado y el tipo de secado y planchado que cumple con las especificaciones del tejido que componen la prenda textil.

“Hay cinco grandes sistemas de pictogramas para condensar las instrucciones de lavado: Estados Unidos, Europa, Japón, China y Australia. Canadá tenía uno propio, pero se fusionó con el estadounidense recientemente” (Zahumenszky, 2015, pág. 1).

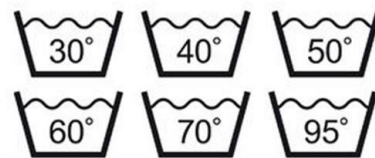
Imagen No. 8

Símbolos para el lavado y cuidado de la ropa

LAVADO MAQUINA	TEMPERATURA			CICLOS			OTROS	
LAVADO MAQUINA	Frio	Templado	Caliente	Normal	Delicado	Muy delicado	No lavar	Lavar a mano
SECADORA	AJUSTE DEL CALOR			CICLOS			OTROS	
SECADORA	Sin calor	Bajo	Medio	Alto	Normal	Delicado	Muy delicado	No secadora
SECADO	SECADO							
SECADO	Tender	Ecurrir	Tumbado	En sombra	No secar	No retorcer		
PLANCHADO	TEMPERATURA							
PLANCHADO	Baja	Media	Alta	Sin vapor	Sin plancha			
BLANQUEADO	LEJÍA							
BLANQUEADO	Lejía	Sin cloro	No lejía	Con cloro	Sin cloro			
LIMPIEZA SECO	LIMPIEZA EN SECO							
LIMPIEZA SECO	En seco	No en seco	Todos disolventes	Excepciones de disolventes	Disolventes de petróleo			

Los números dentro de la cubeta significan los grados máximos a los que la prenda se puede lavar.

Los números dentro de la cubeta significan los grados máximos a los que la prenda se puede lavar.



Fuente: Pinterest (2018)

1.6 Aplicación de la metodología Lean Services en procesos de atención al cliente

Por otra parte, a partir de la década de los noventa se ha venido transformando las técnicas de Lean manufacturing (manufactura esbelta) hacia el área de servicios. Dicha transformación ha sido denominada por

los especialistas como: “Lean Service”. El Lean Service se puede entender como una filosofía de gestión enfocada a la reducción de los ocho tipos de “desperdicios” o MUDA por su palabra japonesa (sobreproducción, tiempo de espera, transporte, exceso de procesado, inventario, movimiento y defectos, potencial humano subutilizado) en servicios otorgados a un cliente. Eliminando el desperdicio, la calidad del servicio, los tiempos de respuesta y la satisfacción del cliente mejoran de manera sustancial. (Lean Manufacturing Hoy, 2016, pág. 1)

El Lean Services como metodología busca que las organizaciones enfoquen sus procesos a los clientes generando valores agregados en la operación que retribuyan en términos de tiempo, calidad y costo las necesidades o requerimientos esperados por los clientes. El objetivo básico de la metodología Lean Services es identificar desperdicios propios de los procesos para reducirlos o eliminarlos en su totalidad generando satisfacción en los clientes.

Todo servicio tiene tres dimensiones para evaluarse: *Trato*. - Sustentado en el momento de la verdad, es decir, la imagen que se forma el cliente de la empresa por su trato con los empleados de la misma (en su primer contacto). *Solución*. - Que el cliente reciba y satisfaga la necesidad que solicita a la empresa. *Oportunidad (Tiempo)*. - Que el cliente reciba y satisfaga la necesidad que solicita a la empresa en el tiempo solicitado (ibidem).

Los servicios por su característica de intangibilidad, por no ser un producto terminado como tal, el cual físicamente puede ser palpado, requiere de un ojo crítico y estrategias de diferenciación para crear momentos de verdad con el cliente, es decir, se necesita brindar al cliente la experiencia de un servicio en el cual sus problemáticas puedan ser respondidas y solucionadas oportunamente, ya que un cliente insatisfecho por el servicio y la atención

recibida, genera elementos detractores y críticas negativas que son fácilmente un riesgo reputacional materializado en pérdida de clientes por un trato no adecuado en un momento estacional de la oferta del servicio, repercutiendo de forma continua en la imagen de la empresa y el servicio en el mercado.

“Mediante la aplicación del Lean se consigue optimizar los procesos en los tres aspectos Clave: *calidad, coste y tiempo*. Y, lo más importante de todo, se consigue *la implicación y responsabilidad de todas las personas* para que sean capaces de hacer funcionar y mejorar día a día los procesos, consiguiendo que la mejora de la productividad sea una responsabilidad de todos” (PERSO - Pérez Sotero, S.L, 2014, p. 1).

La mejora de los procesos no solo se resume desde el enfoque de la metodología Lean a empresas de manufactura, su enfoque va más allá de las mismas y es por ello que hoy se hace mención a las empresas de servicio, pues en ellas existen una serie de procesos con oportunidades de mejora y con un alto impacto para el cliente pues este tiene interacción directa sobre los procesos para la entrega de valor del servicio demandado.

Para identificar las causas que pudieran incidir en los procesos de toda empresa de servicios o de cualquier otra naturaleza, es necesario establecer un diagnóstico para conocer la cadena y flujos de valor por los cuales se realiza la entrega del servicio al cliente. El diagnóstico permite identificar los desperdicios de la operación y evaluar posibles estrategias para corregir las deficiencias.

El factor humano o recursos humanos que componen la estructura organizacional de todo negocio, tienen una importancia clave sobre el desarrollo de la operación y cuando se trata de servicios es aún más relevante la implicación de estos recursos sobre la operación. Las personas tienen un

peso significativo sobre la mejora continua y la sostenibilidad de los procesos, y es por ello que es necesario mantenerlos motivados, dotados de las herramientas necesarias para la realización óptima de sus funciones y con formación y capacitación continua en las mejoras prácticas.

1.6.1 Técnicas de la metodología Lean Services aplicables a la gestión de procesos

Lean como metodología ha apalancado su éxito en la aplicación de diversas técnicas que han sido utilizadas por diversas empresas de naturaleza, tamaño y tipología distinta.

Las técnicas pueden ser implementadas de forma conjunta o independiente de acuerdo al diagnóstico que resulte de la evaluación de la cadena de valor de la empresa y su aplicación partirá precisamente de las necesidades existentes y características del caso. Dentro de las técnicas que componen la metodología Lean se encuentran las mencionadas a continuación:

- *Las 5S:* “La metodología de las 5S se creó en Toyota, en los años 60, y agrupa una serie de actividades que se desarrollan con el objetivo de crear condiciones de trabajo que permitan la ejecución de labores de forma organizada, ordenada y limpia. Dichas condiciones se crean a través de reforzar los buenos hábitos de comportamiento e interacción social, creando un entorno de trabajo eficiente y productivo” (Ingeniería Industrial Online.Com, 2016, p. 1).

El nombre de la metodología se debe a que son cinco palabras de origen japonés, las cuales dictan los principios necesarios para crear el entorno adecuado de trabajo eliminando desperdicios de la operación y generando beneficios para maximizar los resultados a través de los esfuerzos realizados

por los recursos y considerando la aplicación y gestión continua dentro de la organización.

- *SMED*: “Sistemas empleados para la disminución de los tiempos de preparación” (Hernández Matías & Vizán Idoipe, 2013, p. 24).

Esta metodología se enfoca en la reducción de los tiempos previos al inicio del proceso, en los cuales se incurre en una inversión de tiempo para preparar los equipos o insumos necesarios para realizar las tareas correspondientes al proceso.

- *Estandarización*: “Técnica que persigue la elaboración de instrucciones escritas o gráficas que muestren el mejor método para hacer las cosas” (ibidem).

La estandarización se basa en la descripción de todos los procesos a través de elementos gráficos y palpables que sirvan de guía a los usuarios para poder realizar las tareas y comprender de forma precisa el accionar de cada elemento del proceso, de manera que siempre que se inicie una actividad del proceso, esta pueda ser ejecuta en cualquier momento y por cualquier persona sin alterar la operación.

- *TPM*: “Conjunto de múltiples acciones de mantenimiento productivo total que persigue eliminar las perdidas por tiempos de parada de las máquinas” (ibidem).

Esta metodología se basa en el mantenimiento que debe ser planificado y realizado a los equipos que conforman la operación, de manera que estos se encuentren operando de una forma segura y eviten la paralización del proceso por falla inesperada de las máquinas.

- *Control visual*: “Conjunto de técnicas de control y comunicación visual que tienen por objetivo facilitar a todos los empleados el conocimiento del estado del sistema y del avance de las acciones de mejora” (ibidem).

El control visual se apoya de una metodología llamada “Andon”, la cual tiene por objetivo generar alertas a los operadores, ya sea a través de la emisión de alguna señal visual por medio de colores, la cual permiten conocer al operador de la maquina utilizada para ejecutar el proceso, el estado en el cual se encuentra el dispositivo.

- *Jidoka*: “Técnica basada en la incorporación de sistemas y dispositivos que otorgan a las máquinas la capacidad de detectar que se están produciendo errores” (ibidem).

Esta técnica se articula con una serie de mecanismos automatizados que son incorporados a la operación para detectar cuando algo dentro del proceso no está siendo procesado o realizado de la forma habitual. Un ejemplo de esta técnica son los detectores de metales utilizados en fábricas de alimentos para identificar la presencia de metal en el alimento por falla de la máquina o factores ajenos del proceso de elaboración.

- *Técnicas de Calidad*: “Conjunto de técnicas proporcionadas por los sistemas de garantía de calidad que persiguen la disminución y eliminación de defectos” (ibidem).

La calidad es hacer las cosas bien desde la primera vez, y es por ello que es necesario la incorporación de esta variable en los procesos, considerando la combinación de elementos de inspección, análisis, y evaluación para la gestión de cero defectos.

- *Heijunka*: “Conjunto de técnicas que sirven para planificar y nivelar la demanda de clientes, en volumen y variedad, durante un periodo de tiempo y que permiten a la evolución hacia la producción en flujo continuo, pieza a pieza” (ibidem).

El tiempo es una variable invaluable y es por ello que para esta técnica es necesario conocer las capacidades y demanda que generan cada uno de los flujos de operación.

- *Kanban*: “Sistema de control y programación sincronizada de la producción basado en tarjetas” (ibidem).

Esta técnica se basa en la realización del trabajo atendiendo a las necesidades de producción del momento, de manera que se produce el servicio o producto por lotes pequeños garantizando la cantidad justa y la calidad esperada.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2018

2.1 Antecedentes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Lab Cleaner & Laundry nació como lavandería por la convicción de un joven emprendedor junto a la necesidad de recibir un mejor servicio con calidad y excelentes tiempos de respuesta.

La historia de este proyecto surgió debido a que su propietario recibía los servicios de diferentes lavanderías en la ciudad de San Cristóbal, sin embargo, estos nunca cumplían a cabalidad con las exigencias demandadas por él como cliente de este tipo de empresas.

Dentro de una de las anécdotas marcadas de este joven emprendedor se encuentra la pérdida de una prenda muy añorada que en una de las lavanderías de las cuales frecuentaba había sido extraviada por un mal manejo, frente a esta pérdida y ver la poca receptividad de la administración de la lavandería, nace la decisión de buscar alternativas para el desarrollo e implementación de su propio negocio de lavanderías.

Por la ley de atracción y como si el universo conspirará para el desarrollo de su idea de negocios, una de sus amistades que laboraba en una franquicia francesa que administraba en el país la Lavandería 5àSec la cual no había calado en el mercado dominicano, decide vender sus equipos y esta se convierte en una oportunidad para el joven empresario de lograr materializar su idea de negocios.

Frente a la oportunidad existente decide comprar las maquinarias para establecer la lavandería, entre ellas las prensas de planchado, máquinas de lavado y secado, calderas para producir el vapor de los equipos, soporte para empacado de las prendas, entre otros.

Con la adquisición de los equipos inicia la gestión de localización del establecimiento para instalar la lavandería, pese a que el local donde se constituyó la misma, era conocido por el joven emprendedor, este no cumplía con sus expectativas y había sido rechazado en varias ocasiones porque anteriormente en dicho local se encontraba un negocio de venta de productos cárnicos. Por el impulso de uno de sus compañeros que le colaboró en la gestión de búsqueda, este le hizo comprender la viabilidad de ese lugar el cual se encuentra en una zona céntrica y comercial de la ciudad de San Cristóbal, específicamente en la Calle Duarte #79, casi esquina Constitución.

Luego de realizados los trabajos de remodelación e instalación de las maquinarias en el local, el 23 de diciembre del año 2015, abre sus puertas al público la Lavandería Lab Cleaner & Laundry.

Un concepto de lavanderías desarrollado con el objetivo de brindarle a sus clientes tres bondades fundamentales durante su experiencia y apreciación de los servicios ofrecidos: calidad, trato personalizado y satisfacción al cliente.

Imagen No. 9
Logo Empresa Lab Cleaner & Laundry



Fuente: Lab Cleaner & Laundry (2015, pág. 1)

2.2 Descripción de la Estructura Organizacional de la Empresa

Lab Cleaner & Laundry por su tamaño actual cuenta con una estructura organizacional liderada por el propietario de la empresa a quien a su vez le soportan en la operación: el personal de atención al cliente y Caja, el personal de lavado y el personal de planchado. La estructura se compone de cuatro (4) recursos en total y un servicio de sastrería subcontratado.

Las funciones están distribuidas actualmente de la siguiente manera:

Propietario de la Lavandería:

Se encarga de:

- Administrar y controlar las cuentas.
- Pagar los servicios básicos como la electricidad, el gas, el agua, teléfono, basura.
- Realizar el pago de la nómina de los empleados.
- Comprar y abastecer los suministros necesarios para las labores realizadas en la lavandería (detergentes, productos químicos para el planchado, rollos de empaque, papel para los comprobantes de pago, etc.)
- Retirar y entregar las prendas de los clientes que residen en la ciudad de Santo Domingo, de quienes tiene demanda de los servicios ofrecidos (lavado, planchado, sastrería).
- Dar soporte al equipo con la administración y manejo de las actividades de atención a clientes que se dirigen directamente a la lavandería los fines de semana y/o feriados.

Personal de Atención al Cliente y Caja:

Se encarga de:

- Recibir cordialmente a los clientes que se dirigen a la lavandería a solicitar los diferentes servicios.
- Atender cualquier tipo de inquietud o consulta tanto personal como telefónica.
- Recibir las prendas y clasificarlas de acuerdo al tipo de trabajo requerido por el cliente.
- Preparar factura y cobrar el servicio al cliente.
- Dar al cliente la fecha promesa de entrega.
- Apoyar en el área de lavado en caso de ausencia del personal.
- Apoyar con el empaquetado de las prendas.

Personal de Lavado:

Se encarga de:

- Clasificar las ropas o prendas previo al lavado.
- Utilizar los detergentes adecuados de acuerdo al tipo de prenda o pieza a lavar.
- Eliminar las manchas de las prendas a lavar.
- Velar por el tiempo de lavado correcto y adecuado de cada una de las máquinas de lavado.
- Realizar el secado de todas las prendas posterior a su lavado con las máquinas secadoras correspondientes.
- Colocar almidón a las prendas que requieran de este producto previo al proceso de planchado.
- Preparar la ropa por lotes para la etapa de planchado.
- Empacar las prendas luego del proceso de planchado.

Personal de Planchado:

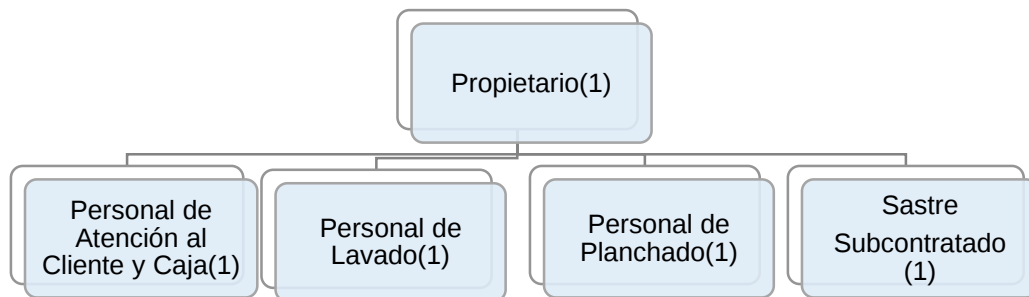
Se encarga de:

- Velar por el correcto funcionamiento de las prensas y equipos utilizados para el planchado.
- Garantizar que la ropa sea planchada de la forma correcta según el tipo o material de la tela de cada prenda.
- Supervisar que las prendas estén correctamente lavadas antes de proceder con el planchado.
- Realizar el planchado de todas las piezas que se reciban en la lavandería.

Los servicios de sastrería son subcontratados a personal conocido y que labora en la ciudad de San Cristóbal. Para los fines el Propietario de la empresa y/o sus colaboradores solicitan al cliente que les envíe una muestra de cómo desean la terminación del trabajo para que la misma le sirva de muestra al Sastre Subcontratado.

Imagen No. 10

Organigrama de la empresa Lab Cleaner & Laundry



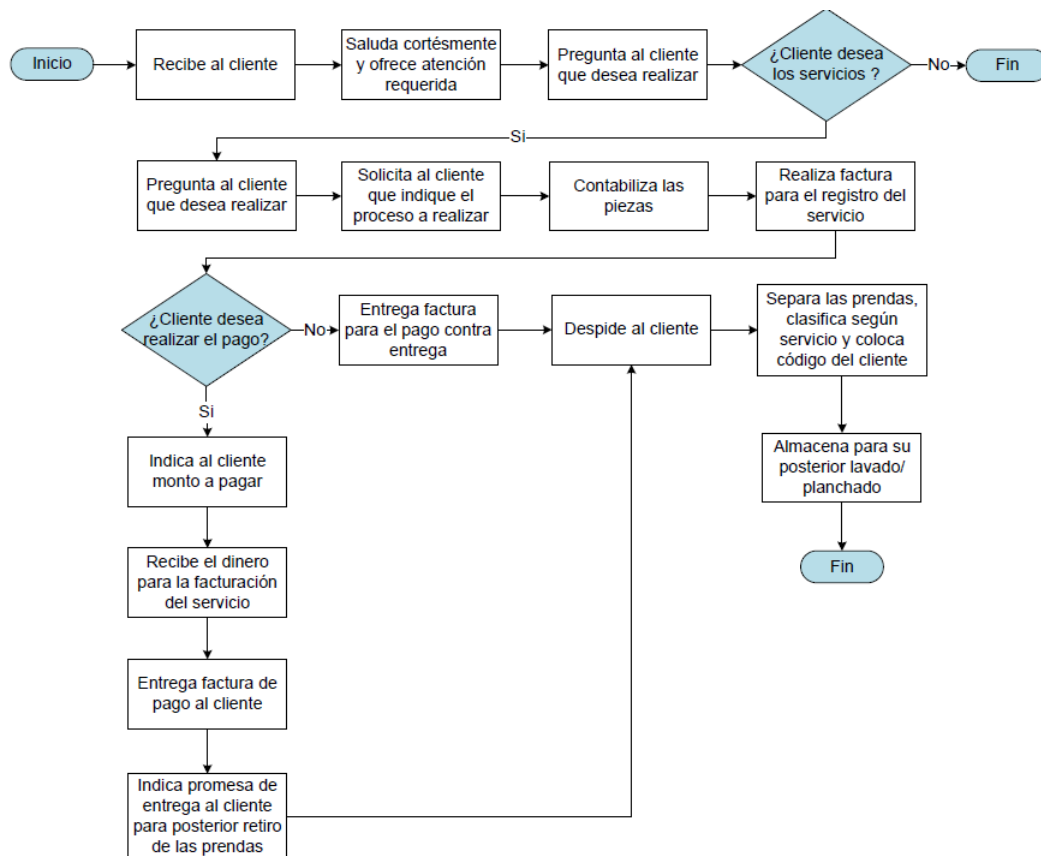
Fuente: Elaboración propia

2.3 Descripción de los procesos de atención al cliente en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

A continuación, se muestra el diagrama de flujo del proceso de la primera interacción que reciben los clientes en la lavandería Lab Cleaner & Laundry:

Imagen No. 11

Proceso de Atención al Cliente en Lab Cleaner & Laundry



Fuente: Elaboración propia

Toda la lavandería, así como cualquier empresa tiene procesos que son sensitivos de cara a la percepción que se puede generar el cliente producto de la interacción desarrollada durante cualquier solicitud o requerimiento. Es por

ello que se debe garantizar agilidad, trato personalizado y atenciones de primera que permitan generar empatía en el proceso de atención al cliente.

2.4 Análisis FODA

Análisis FODA	
Fortalezas	Debilidades
• Cercanía y apertura con los clientes. • Servicio personalizado.	• Limitación de la capacidad de trabajo. • Poco personal para desarrollar mayor producción del servicio.
Oportunidades	Amenazas
• Desarrollo del servicio de entrega a domicilio. • Aprovechamiento y ampliación del Layout actual. • Adquisición de nuevos equipos. • Creación de una aplicación web actualizada (App) con los servicios de la lavandería. • Expansión e instalación de otras sucursales en Santo Domingo.	• Pérdida parcial o total de clientes por utilizar servicios de las lavanderías circundantes a la zona (competidores). • Disminución de precios obligatoria por competitividad. • Fuga de talentos. • Demanda insatisfecha por no cubrir demanda futura.

2.5 Aspectos Metodológicos utilizados para el desarrollo de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry se emplearon una serie de aspectos metodológicos con el objetivo de apoyar

la investigación y generar a través del análisis de diversas variables los fundamentos teóricos necesarios para sustentar el problema de la investigación y aportar soluciones y recomendaciones con el análisis de los resultados obtenidos.

2.5.1 Tipos de Estudios

Exploratorio, porque en las instalaciones propias de la lavandería existe información relevante sobre el manejo de los procesos ejecutados de cara a la entrega del servicio, de manera que por medio de la observación de estos procesos se puede intuir sobre el problema de la investigación.

Descriptivo, porque a través del estudio de los clientes y el servicio ofrecido, se obtiene una descripción sobre la percepción y el estado actual de los procesos en la lavandería con el objetivo de obtener información sólida que sustente el desarrollo de la investigación.

Explicativo, porque partiendo de la finalidad de la investigación se presentará una propuesta de mejora basada en las informaciones generadas del estudio, las cuales sustentarán la aplicación y reestructuración de los procesos ejecutados de cara a la satisfacción de los clientes y el incremento de beneficios tangibles para la lavandería.

2.5.2 Métodos

Observación a los colaboradores de la lavandería durante la ejecución de tareas para diagnosticar las insuficiencias presentadas en los procesos de atención al cliente. Además, se observarán las causas por las cuales los clientes manifiestan insatisfacción del servicio ofrecido.

Inductivo porque se evaluarán variables particulares dentro de la operación diaria de la lavandería de manera que se puedan generar premisas que fortalezcan el estudio de la investigación y permitan la obtención de conclusiones enfocadas en el incremento de la satisfacción de los clientes.

Deductivo porque como punto de partida se evaluarán todos los procesos de atención al cliente para ir segmentando e identificando los desperdicios que se generan de la operativa diaria y que repercuten directamente sobre los clientes, descartando procesos que pudieran estar estables en comparación con otros pero que necesitan ser evaluados para robustecer el análisis y el resultado de la investigación.

Análisis y Síntesis en esta investigación se estarán analizando los procesos que impactan la percepción del servicio ofrecido por la lavandería Lab Cleaner & Laundry con enfoque en el cliente, buscando incrementar la satisfacción y a su vez eliminando desperdicios que no agreguen valor a la operación. El resumen de los criterios definidos y hallazgos encontrados serán elementos claves para la estructuración y desarrollo de la implementación de la metodología Lean Services acotada como estrategia para la propuesta de mejora de los servicios de la empresa estudiada.

2.5.3 Fuentes y Técnicas

Fuentes

Para la ejecución y desarrollo de la investigación se estará apoyando el estudio de las siguientes fuentes: *Fuentes Primarias* (Libros, Revistas) y *Fuentes Secundarias* (Diccionarios, Enciclopedias).

Técnicas

Cuestionarios: Resumen de preguntas claves realizadas a los clientes para la identificación de las causas y factores que provocan la insatisfacción del servicio.

Observación: Uso de Guía de Observación para el registro de datos los cuales fungirán como soporte para la detección de oportunidades de mejoras aplicables en la preparación de la propuesta.

Entrevistas: Levantamiento in situ con los colaboradores que ejecutan los procesos a través de la formulación de preguntas y respuestas que generaran material para el análisis del problema de la investigación.

2.5.4 Tratamiento de la Información

Para el procesamiento de la información serán utilizados los siguientes elementos: *Codificación* (símbolos), *tabulación* (tablas y cuadros), y *gráficos* (histogramas de frecuencia y diagrama de pastel).

2.6 Análisis de cuestionarios, guías de observación y entrevistas

Las técnicas implementadas para el desarrollo de la investigación se presentan a continuación con el desglose de las preguntas y respuestas obtenidas para el análisis:

- *Cuestionario a Clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry*, el cual tiene el objetivo de identificar el nivel de satisfacción de los clientes que solicitan y reciben los servicios de la lavandería.

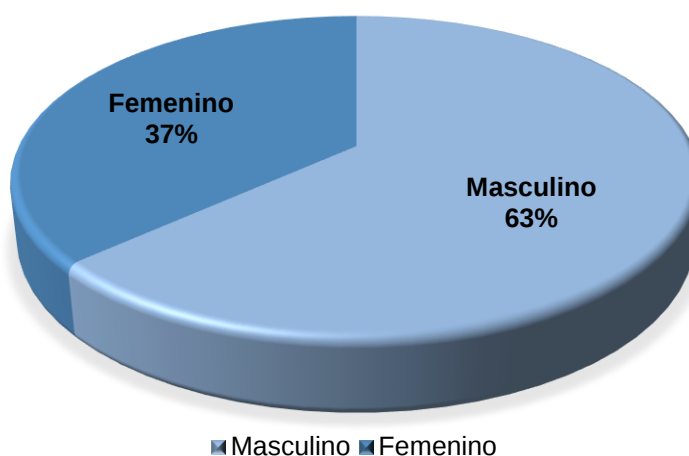
Para el estudio de las variables contenidas en el cuestionario aplicado a los clientes de la lavandería Lab Cleaner & Laundry, se consideró una muestra de 30 clientes, para la cual se estará estudiando el comportamiento de las respuestas obtenidas. A continuación, se detallan los resultados:

Cuadro No. 1
Porcentaje de encuestados según Sexo

Sexo	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Masculino	19	63
Femenino	11	37
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 1
Porcentaje de encuestados según sexo



Fuente: Cuadro No. 1

Análisis:

Las variables estudiadas con referencia al sexo de los clientes encuestados, arroja un 63% al género masculino, denotando esto, que más de la mayoría de los clientes que acuden a la lavandería para solicitar de sus servicios, son hombres, debido a que el porcentaje femenino estudiado arroja un 37%, demostrando esto que son menos recurrentes en la solicitud de los servicios, las mujeres. Este resultado pudiera ser interpretado desde el punto de vista de la naturaleza de la acción solicitada e incluso considerando un aspecto cultural, pues las mujeres tienden a realizar actividades como el lavado y el planchado en sus hogares con mayor facilidad que los hombres.

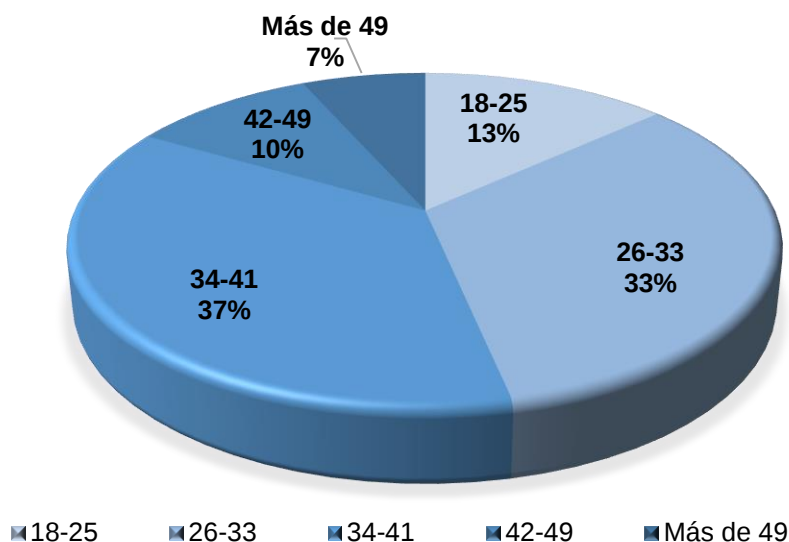
Sin embargo, no es una variable excluyente, ya que por la rapidez en la cual vive la sociedad, y la inmediatez envuelta en el día a día, es mucho más factible si se cuenta económicamente con la facilidad de solicitar los servicios, recurrir a una lavandería.

Cuadro No. 2
Porcentaje de encuestados por edad

Rango de Edad	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
18-25	4	13
26-33	10	33
34-41	11	37
42-49	3	10
Más de 49	2	7
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 2
Porcentaje de encuestados por edad



Fuente: Cuadro No. 2

Análisis:

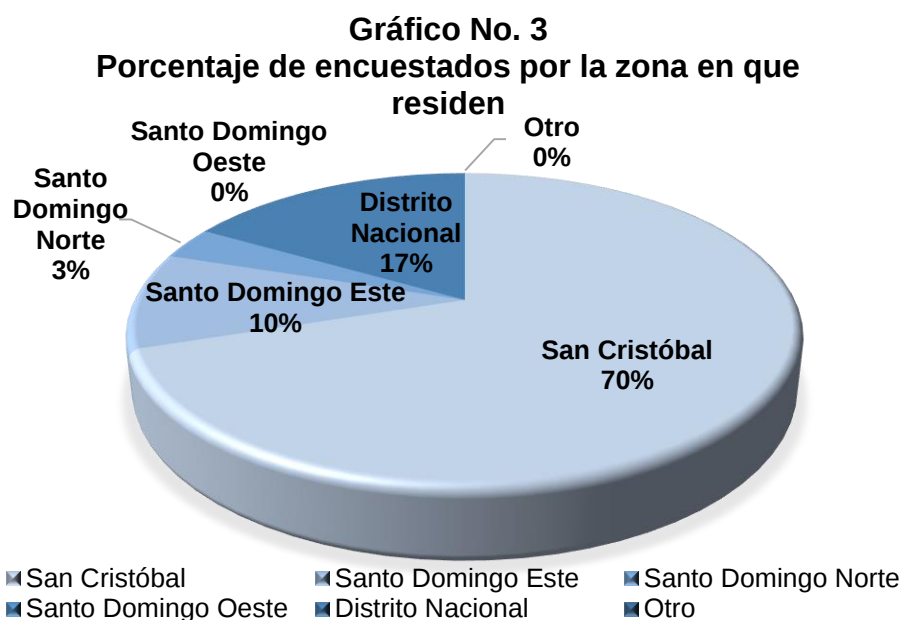
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que el mercado meta de clientes que solicitan los servicios de la lavandería, se encuentran dentro de las edades de 34 - 41 años de edad, siendo este un grupo de personas adultas con edad madura, que se encuentran en un punto de estabilidad en sus vidas y laboralmente activas. Con esto queda transparentado que el 37% de clientes con edades desde los 34 años a los 41 años solicitan con mayor frecuencia los servicios de la lavandería.

El mayor porcentaje (37%) ya destacado anteriormente, le siguen en orden descendente, el rango de edad de 26-33 años de edad, arrojando un (33%), luego de 18-25 años de edad, arrojando un (13%), de 42-49 años de edad, arrojando un (10%) y por último más de 49 años de edad arrojando un (7%).

Cuadro No. 3
Porcentaje de encuestados por la zona donde reside

Zona donde reside	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
San Cristóbal	21	70
Santo Domingo Este	3	10
Santo Domingo Norte	1	3
Santo Domingo Oeste	0	0
Distrito Nacional	5	17
Otro	0	0
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry



Fuente: Cuadro No.3

Análisis:

Los resultados arrojan que la mayoría de los clientes encuestados que utilizan los servicios de la lavandería residen en la ciudad de San Cristóbal, factor que es de esperarse pues la lavandería se encuentra ubicada en esta ciudad, denotando esto que el 70% se encuentra representado en dicha localidad. Luego le sigue en orden descendente el Distrito Nacional con un (17%) de clientes, posterior Santo Domingo Este con un (10%) y Santo Domingo Norte con apenas un (3%) de clientes que residen en esta zona y utilizan los servicios de la lavandería.

No se cuentan con resultados arrojados para la zona de Santo Domingo Oeste, ni otras localidades.

Cuadro No. 4
Porcentaje de encuestados por su estado laboral

Situación Laboral	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Sí labora	30	100
No labora	0	0
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Análisis:

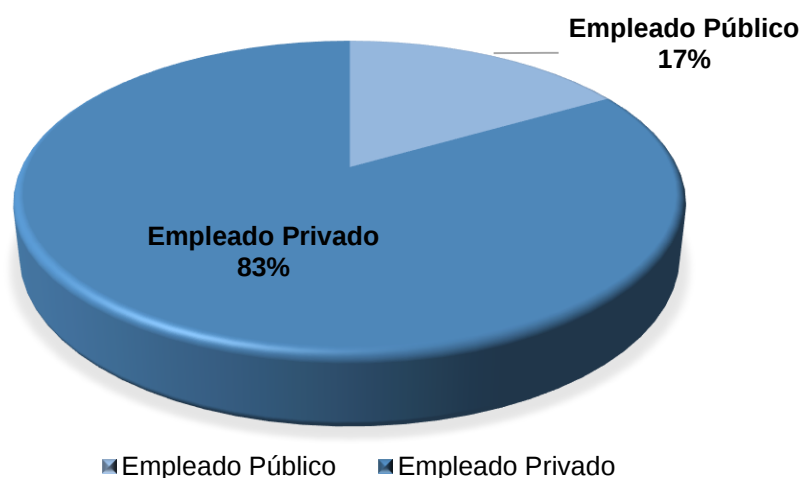
Los resultados arrojan que el 100% de los clientes encuestados se encuentran laboralmente activos, denotando esto que para poder sustentar o recurrir a estos servicios es necesario tener una fuente de ingresos fija que permita cubrir este tipo de comodidades.

Cuadro No. 5
Porcentaje de encuestados sobre el tipo de empleo

Tipo de Empleo	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Empleado Público	5	17
Empleado Privado	25	83
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 4
Porcentaje de encuestados sobre el tipo de empleo



Fuente: Cuadro No. 5

Análisis:

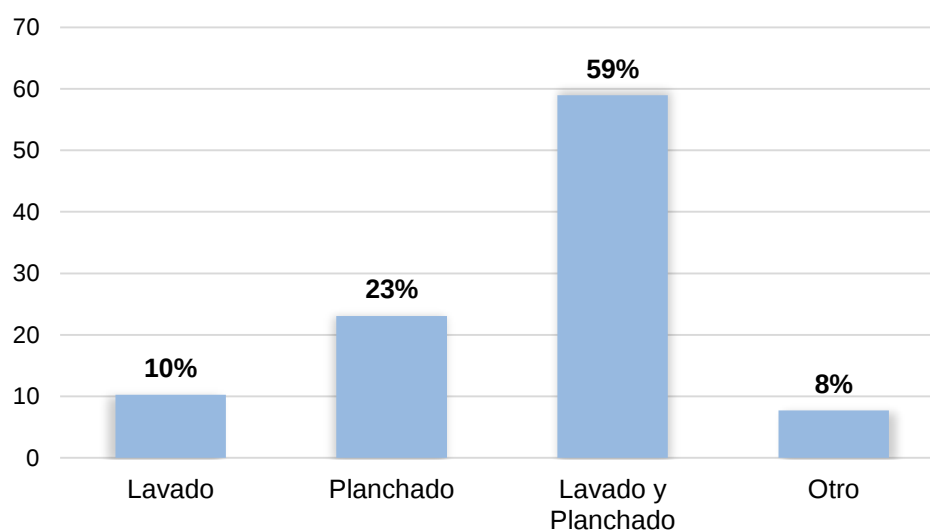
Los resultados obtenidos arrojan que la mayoría de los clientes encuestados que utilizan los servicios de la lavandería se encuentran en empleos privados, apuntando al 83% de este sector y el 17% restante pertenece al sector público.

Cuadro No. 6
Porcentaje de encuestados por tipos de servicios solicitados

Tipos de Servicios solicitados	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Lavado	4	10
Planchado	9	23
Lavado y Planchado	23	59
Otro	3	8
Total	39	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No.5
Porcentaje de encuestados por tipos de servicios solicitados



Fuente: Cuadro No. 6

Análisis:

El porcentaje de los tipos de servicios más solicitados por los clientes encuestados de la lavandería, arroja que el 59% de clientes solicitan tanto el lavado como el planchado de sus prendas de vestir, estos dos servicios son solicitados en conjunto y con más alta demanda.

Así también se interpreta de la muestra que el 23% es predominante para la solicitud del planchado por encima del lavado, quedando este último con un 10% de demanda individual.

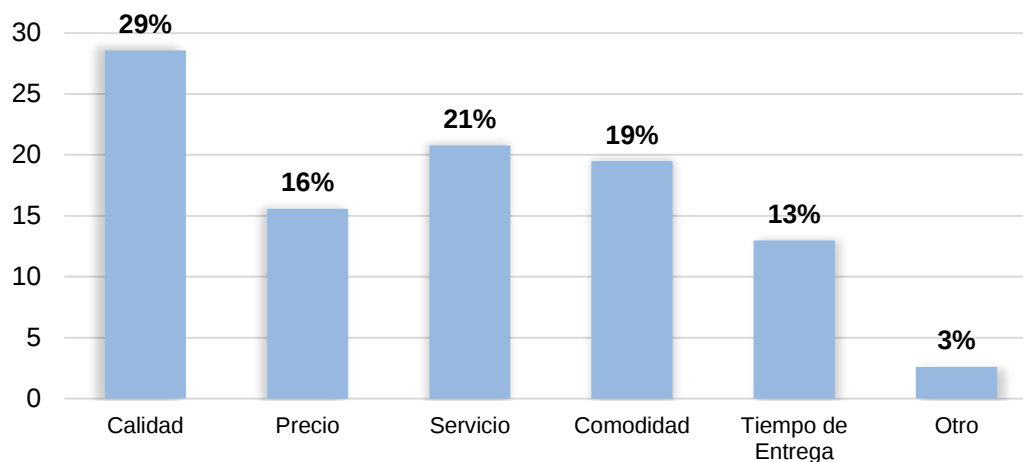
Cuadro No. 7

Porcentaje de Variables encuestadas por las cuales los clientes utilizan los servicios de la lavandería

Variables por las que utiliza los servicios de la lavandería	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Calidad	22	29
Precio	12	16
Servicio	16	21
Comodidad	15	19
Tiempo de Entrega	10	13
Otro	2	3
Total	77	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 6
Porcentaje variables encuestadas por las cuales los clientes utilizan servicios de la lavandería



Fuente: Cuadro No. 7

Análisis:

De los 30 clientes encuestados, fueron seleccionadas diversas variables por las cuales son utilizados los servicios de la lavandería, donde más de una variable podía ser seleccionada de acuerdo al grado de satisfacción que percibían los clientes, siendo la *Calidad* la que mayor ponderación obtuvo con un 29% y en orden descendente le preceden el *Servicio* con un 21%, la *Comodidad* con un 19% y los más bajos porcentajes: *Precio* con un 16% y *Tiempo de Entrega* con un 13%, respectivamente, siendo estas últimas oportunidades que pueden ser analizadas en miras de ofrecer una mejor percepción para los clientes y a su vez aumentar la satisfacción de los mismos.

Cuadro No. 8

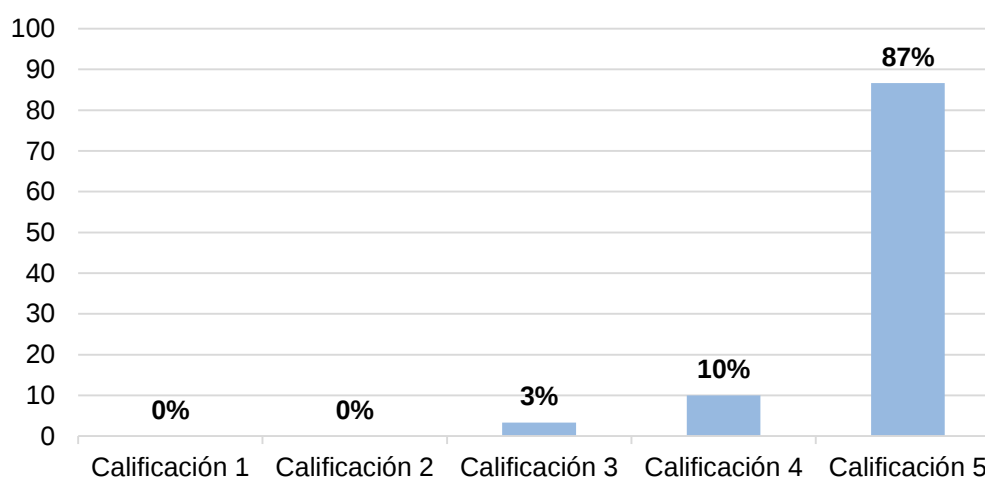
Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de la actitud y atención del colaborador/empleo que prestó el servicio

Actitud y Atención del Colaborador/Empleado que prestó el servicio (escala del 1 al 5)	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Calificación 1	0	0
Calificación 2	0	0
Calificación 3	1	3
Calificación 4	3	10
Calificación 5	26	87
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 7

Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de la actitud y atención del colaborador/empleo que prestó el servicio



Fuente: Cuadro No. 8

Análisis:

Los clientes encuestados ponderaron en una escala de valor del uno al cinco la percepción en cuanto a la satisfacción de los servicios que reciben, donde uno (1) representa menos satisfacción y cinco (5) representa mucha satisfacción hacia los servicios recibidos de la lavandería.

La percepción de la actitud y atención del colaborador/empleo que prestó el servicio generada por la muestra de clientes encuestados, arrojó una buena percepción del servicio con un porcentaje del 87% para la calificación 5, denotando que existe una actitud y atención favorable en la lavandería.

Para la calificación 4 y 3 se obtuvieron porcentaje de 10% y 3% respectivamente. Las calificaciones 1 y 2 no fueron calificadas por los clientes, demostrando esto que los clientes se encuentran satisfechos de la atención prestada por los empleados que laboran en la lavandería.

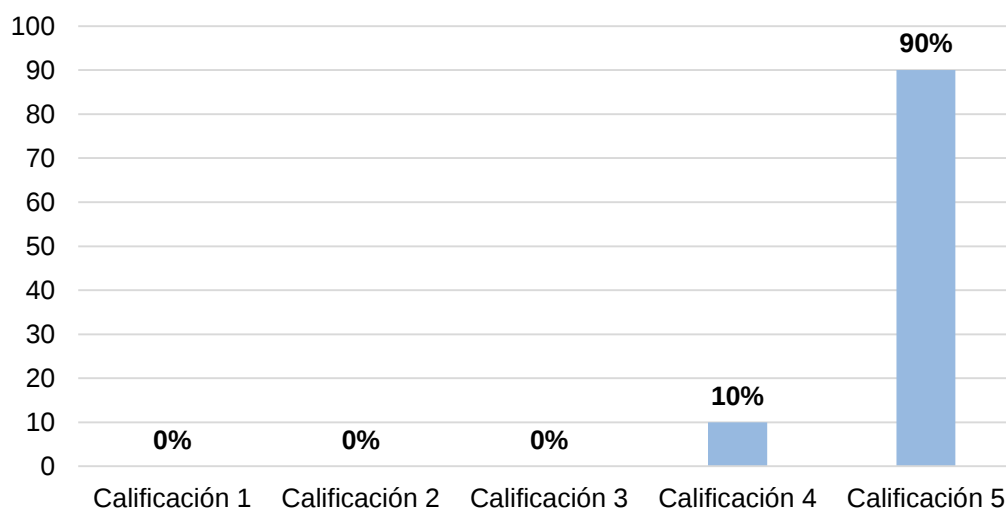
Cuadro No. 9

Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del cumplimiento de los requisitos esperados (lavado/acabado)

Cumplimiento de los requisitos esperados (lavado / acabado)	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Calificación 1	0	0
Calificación 2	0	0
Calificación 3	0	0
Calificación 4	3	10
Calificación 5	27	90
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 8
Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción
del cumplimiento de los requisitos esperados
(lavado/acabado)



Fuente: Cuadro No. 9

Análisis:

Los clientes encuestados manifestaron que el cumplimiento de los requisitos esperados para el lavado, así como acabado de sus prendas es bastante satisfactorio, ya que la medición arrojó un 90% para la calificación 5, siendo esto un resultado bastante positivo sobre la calidad del trabajo realizado y entregado en cada pieza a los clientes que consumen los servicios de la lavandería.

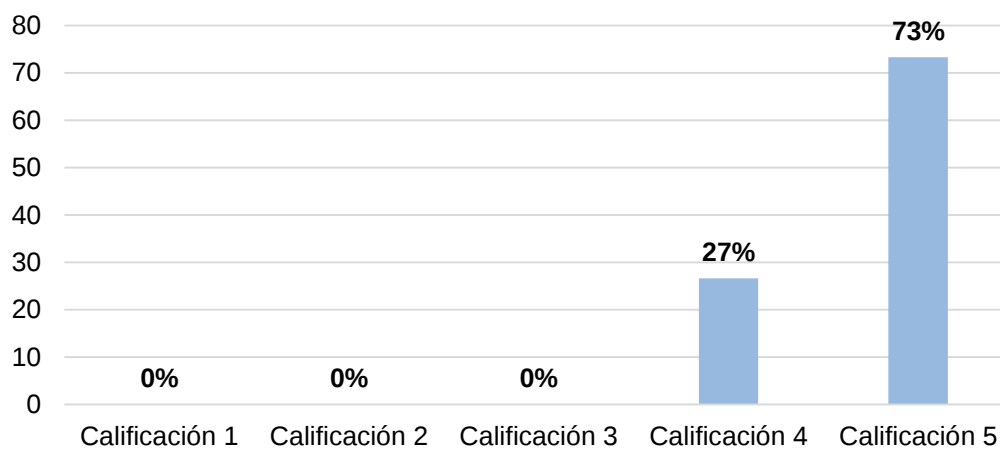
Para la calificación 4 se obtuvo un porcentaje del 10% y para las calificaciones restantes 1, 2 y 3 respectivamente, no fueron recibidas respuestas de insatisfacción acerca del cumplimiento de los requisitos esperados en el lavado y acabado.

Cuadro No. 10
Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del cumplimiento
del tiempo de entrega de la ropa

Cumplimiento del tiempo de entrega de la ropa	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Calificación 1	0	0
Calificación 2	0	0
Calificación 3	0	0
Calificación 4	8	27
Calificación 5	22	73
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 9
Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción
del cumplimiento del tiempo de entrega de la ropa



Fuente: Cuadro No. 10

Análisis:

Con relación a la percepción del cumplimiento del tiempo de entrega de la ropa, a pesar de no obtener respuestas negativas para las calificaciones más bajas (1, 2 y 3) respectivamente, se observa que existe un porcentaje de la muestra que no se encuentra totalmente satisfecho con el tiempo de entrega de sus prendas, siendo esto una oportunidad para el estudio y para la evaluación de los factores que pudieran incidir en esta variable.

La calificación 5 obtuvo un resultado del 73% y la calificación 4 un porcentaje del 27%, siendo estos valores una alerta para la lavandería de cara a los tiempos en los cuales están realizando las entregas a los clientes, así como las posibles promesas incumplidas que pudieran estar ocasionando esta variabilidad en la satisfacción de los clientes.

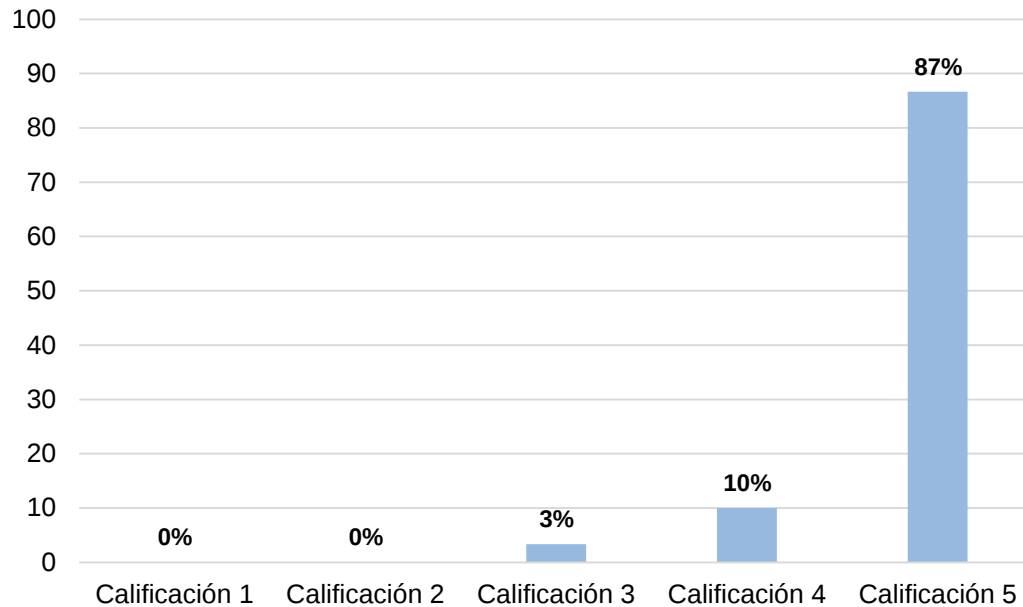
Cuadro No. 11

Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción del precio para los encuestados

Percepción del precio	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Calificación 1	0	0
Calificación 2	0	0
Calificación 3	1	3
Calificación 4	3	10
Calificación 5	26	87
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No.10
Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción
del precio para los encuestados



Fuente: Cuadro No. 11

Análisis:

De los clientes encuestados el 87% se encuentra muy satisfecho con el precio de los servicios ofrecidos por la lavandería.

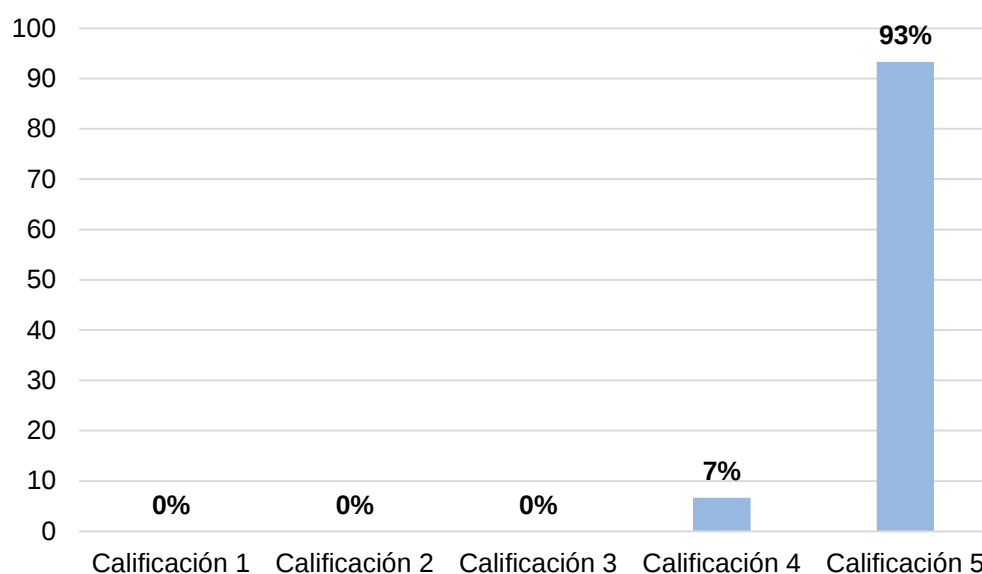
Para las calificaciones 4 y 3 las ponderaciones se estiman en 10% y 3% respectivamente denotando que existe un número muy pequeño de clientes que percibe que el precio pudiera ser más competitivo, sin embargo, sigue siendo valorado dentro de calificaciones estudiadas con muy buena percepción, ya que para los reglones de calificación 1 y 2 no fueron obtenidas respuestas de insatisfacción.

Cuadro No. 12
Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de claridad y exactitud de facturas

Claridad y exactitud de facturas	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Calificación 1	0	0
Calificación 2	0	0
Calificación 3	0	0
Calificación 4	2	7
Calificación 5	28	93
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 11
Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre la percepción de claridad y exactitud de facturas



Fuente: Cuadro No. 12

Análisis:

De los 30 clientes encuestados, el 93% calificó con una ponderación de valor cinco (5) la satisfacción hacia la claridad y exactitud con la cual son elaboradas las facturas que reciben de la lavandería, en donde son registradas y facturadas sus peticiones de servicio, siendo esto un aspecto positivo para el estudio.

Un 7% de los clientes encuestados que representan el porcentaje restante de la muestra estudiada, de acuerdo a los resultados obtenidos, se encuentran menos satisfechos debido a que se inclinaron hacia la calificación con valor 4, sin embargo, se percibe que para este factor “claridad y exactitud de facturas”, existe buena percepción por los clientes que acuden a la lavandería, pues la mayoría califica con excelente ponderación la apreciación de esta variable durante el consumo de los servicios.

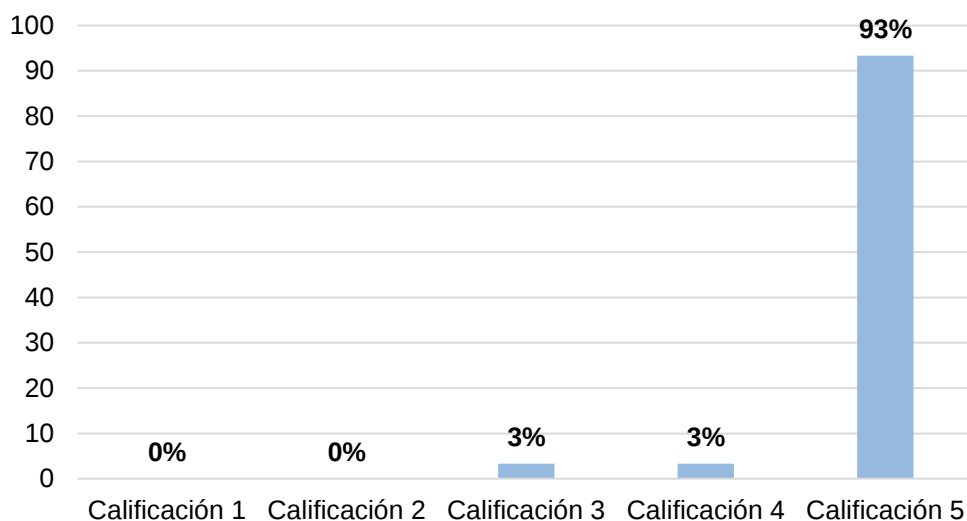
Cuadro No. 13

Porcentaje en la escala del 1 al 5 sobre el grado de satisfacción del servicio recibido por los encuestados

Grado de satisfacción del servicio recibido	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Calificación 1	0	0
Calificación 2	0	0
Calificación 3	1	3
Calificación 4	1	3
Calificación 5	28	93
Total	30	0

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Gráfico No. 12
Porcentaje en escala del 1 al 5 sobre el grado de
satisfacción del servicio recibido por los
encuestados



Fuente: Cuadro No. 13

Análisis:

Para los encuestados la satisfacción general del servicio recibido se califica con un 93% en la puntuación 5, demostrando esto que existe una percepción positiva y con leves oportunidades de mejora en otros factores que pudieran incidir en la satisfacción general de los clientes.

El 3% de los clientes encuestados calificó tanto para el puntaje 4 como para el 3 respectivamente, la percepción promedio del grado de satisfacción que sienten hacia los servicios que le son ofrecidos, siendo estos resultados catalogados como estables pues existen oportunidades en algunas variables que deben ser atendidas por la administración de la lavandería.

Cuadro No. 14
Porcentaje de encuestados que recomendarían los servicios de la lavandería a un tercero

Recomendación de los servicios a un tercero	Frecuencia Absoluta (fa)	Frecuencia Relativa (fr)
Sí	30	100
No	0	0
Total	30	100

Fuente: Cuestionario realizado en el mes de junio 2018 a clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Análisis:

De la muestra de los 30 clientes encuestados el 100% en su totalidad afirmó positivamente la iniciativa de recomendar a terceros los servicios ofrecidos por la lavandería. Este resultado agrega un peso positivo al estudio pues existe confianza en los clientes que actualmente utilizan los servicios de la lavandería ya que estos perciben la lavandería Lab Cleaner & Laundry como una buena empresa en crecimiento y con oportunidades de potenciar a un más fuertes todos sus servicios y procesos.

Este resultado reafirma la oportunidad que tiene la lavandería en estos momentos de fidelizar sus clientes actuales y atraer otros para hacer crecer su cartera de clientes y generar mayores beneficios.

Los clientes encuestados además de las preguntas mencionadas anteriormente, realizaron recomendaciones sobre servicios adicionales que les gustaría recibir de la *Lavandería Lab Cleaner & Laundry*, entre los cuales se destacan el servicio a domicilio, la venta de ropas y el brindis de café o té.

Estas respuestas fueron obtenidas producto de necesidades existentes que los clientes hoy día perciben y que pudieran potenciar la propuesta de valor de la empresa.

Es importante destacar que el propietario la lavandería labora en una empresa externa de lunes a viernes en horario regular y es quien se encarga en la actualidad de realizar la recogida y entrega de prendas únicamente a los clientes de la ciudad de Santo Domingo, apalancándose en la oportunidad que le otorga su trabajo de crear vínculos con compañeros y/o colegas cercanos de la empresa donde labora para la tramitación del pedido, convirtiéndose esto en una oportunidad de potenciar el negocio de la lavandería, ya que por temas de cercanía y comodidad en su trabajo atrae clientes. Sin embargo, no maneja la suficiente capacidad para realizar otras entregas ya que esto solo lo realiza aprovechando el nicho de su trabajo adicional. Importante destacar que en la ciudad de San Cristóbal los clientes son quienes se dirigen directamente a la lavandería a entregar y retirar sus piezas para la realización de los procesos que sean solicitados, siendo este manejo de entrega exclusivo para clientes en Santo Domingo por razones de distancia.

Más adelante en la propuesta de mejora serán detalladas las implementaciones que se deben considerar en la lavandería Lab Cleaner & Laundry, apoyadas en las oportunidades de cada una de las sugerencias manifestadas por los clientes encuestados, así como en el estudio de la investigación que se ha desarrollado.

- *Guía de Observación para el desempeño de los empleados de atención al cliente*, la cual tiene por objetivo registrar las acciones de los empleados del área de atención al cliente de la lavandería Lab Cleaner & Laundry.

Para el estudio del proceso de atención al cliente se elaboró una Guía de Observación en la cual fueron registradas las acciones ejecutadas por el personal de recepción de la lavandería al momento de tener interacciones con clientes que ingresaban a la lavandería a solicitar los servicios.

Las observaciones realizadas indican las siguientes conclusiones sobre el personal encargado de la atención y recepción de los clientes en la lavandería:

- Es cordial y atento con el cliente desde el ingreso hasta la finalización de la atención en la lavandería durante la solicitud o requerimiento del cliente.
- Realiza el etiquetado de los servicios o solicitudes del cliente al momento de la recepción con un solo color de etiquetas, representando esta labor una dificultad por temas de retraso y reproceso para la identificación de los trabajos de lavado o planchado al momento de pasar a la siguiente fase.
- Realiza indicaciones de fechas o promesas de entrega al cliente sin un control definido ni priorización frente a los trabajos que se tienen pendientes, representando esto una posible brecha.
- Es el único personal que se encuentra en la recepción para la atención presencial o telefónica, así como facturación al cliente, representando un riesgo en momentos de alta demanda ya que pudiera generar malestar en otros clientes que lleguen a la lavandería en el mismo momento.
- No cuenta en la lavandería con facilidades para pagos con tarjetas de crédito o débito para ofrecerle a los clientes.

- *Entrevista a los colaboradores*, la cual tiene por objetivo conocer las opiniones de los colaboradores que brindan los servicios de la lavandería para identificar oportunidades y mejoras que pudieran ser implementadas en beneficio del logro del aumento de la satisfacción de los clientes.

Para el estudio de la investigación se elaboró un cuestionario para la entrevista con los colaboradores de la lavandería, de los cuales fueron entrevistados, el personal de planchado, lavado y atención al cliente.

Las respuestas obtenidas de la interacción realizada con los colaboradores arrojan las siguientes consideraciones:

- El personal cuenta con *un nivel educacional* técnico y universitario.
- De cara al *tiempo empleado para la prestación del servicio*, se destaca por el personal de planchado que existen oportunidades actualmente, ya que solo se dispone de un solo recurso disponible para la realización de esta tarea, que es de alta demanda y que bajo condiciones naturales pudieran presentarse retrasos por temas de licencia, enfermedad, o razones de causa mayor.

En ese sentido, el cuello de botella de los procesos es el planchado de las prendas, pues para el lavado, por disponer de máquinas y mayores capacidades se puede responder mucho más ágil ante el proceso de lavado que el de planchado. Se estima que son planchadas alrededor de 14 piezas de vestir por hora siendo esta cantidad poco ambiciosa si se considera una alta demanda diaria y las posibilidades de crecimiento de la lavandería.

- Por lo que respecta a *las herramientas y procesos* que son facilitados para el trabajo, se evidencia por los colaboradores que existen las maquinarias para realizar los procesos necesarios para cumplir con las solicitudes de los clientes. Sin embargo, se observa la necesidad de redistribuir los espacios de trabajo para una mayor organización, así como iluminación y ventilación adecuada en algunos puestos de trabajo. De igual forma la adquisición de una presa adicional para las labores de planchado y así aumentar la productividad.
- Dentro de las *quejas que se han presentado* y que los colaboradores han buscado respuestas para atender los señalamientos de los clientes, se encuentran: los tiempos de respuesta y la calidad del planchado.
- De cara a las *sugerencias recibidas* por los colaboradores, se identifica la necesidad de preparar los lotes de ropa para el planchado con prioridades definidas de acuerdo a la entrega en compartimientos o cestos específicos y organizados, ya que actualmente no se disponen de mecanismos adecuados para su procesamiento y se presta a confusión o retrasos por no tener una distribución y señalización específica.

CAPÍTULO III

PROPUESTA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN SERVICES PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY

3.1 Introducción de la Propuesta de Implementación

Tras la investigación desarrollada y los resultados obtenidos a través de los diferentes instrumentos aplicados, dígase encuesta a los clientes para medir el nivel de satisfacción, entrevista a los colaboradores para identificar mejoras existentes en la operación y guía de observación para encontrar oportunidades en el desempeño de los colaboradores de la lavandería Lab Cleaner & Laundry, se evidencia la necesidad de implementar una serie de estrategias que apoyadas a la metodología Lean Services permitirán la mejora en los procesos desarrollados en la lavandería, así como el incremento de la satisfacción de los clientes.

La propuesta de implementación estará apoyada en las técnicas de la metodología Lean, contemplando los principios enunciados por la metodología y sus técnicas, para de esta manera integrar las condiciones necesarias en el entorno donde se desarrollan las operaciones, y así elevar la calidad del trabajo y extrapolarlo a variables demandadas por los clientes, repercutiendo directamente sobre sus niveles de satisfacción hacia la lavandería.

3.2 Objetivos de la Propuesta de Implementación

3.2.1 Objetivo General

Presentar una propuesta de implementación dotada de mejoras aplicables a la gestión de los procesos de atención a clientes, así como a la operativa interna

de la lavandería Lab Cleaner & Laundry, sustentada en el estudio de la investigación realizada durante el primer semestre del año 2018 y enfocada en los principios de la metodología Lean Services para aumentar los niveles de satisfacción de los clientes.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Incrementar la satisfacción de los clientes de la lavandería Lab Cleaner & Laundry a través de la creación de valor de los procesos y mejoras integradas a la experiencia del servicio.
- Robustecer las prácticas internas de la lavandería eliminando los desperdicios existentes en la operación.
- Crear ventajas competitivas que permitan la permanencia del servicio de la lavandería en el mercado.

3.3 Justificación de la Propuesta de Implementación

Frente a las necesidades cambiantes y las exigencias de los clientes que día a día requieren de servicios más ágiles sin alterar la calidad y el valor de la experiencia percibida, nace esta propuesta de implementación enfocada en generar beneficios centrados directamente en los clientes, quienes son los que permiten la permanencia de la lavandería en el mercado. Además, sin restar importancia en el valor que existe propiamente en las operaciones internas y el personal que labora en Lab Cleaner & Laundry, quienes son el motor que impulsa toda la gestión.

La propuesta pretende demostrar las oportunidades existentes hoy día, generando soluciones que en el corto plazo pueden ser implementadas para la mejora de los procesos de atención y gestión interna, replicando estos

beneficios sobre la fidelización y satisfacción de los clientes que utilizan sus servicios.

3.4 Técnica seleccionada de la metodología Lean Services para la implementación de la propuesta

Partiendo de la importancia y el valor que tiene para los clientes, el recibir servicios enfocados y con calidad desde la primera vez, y considerando la practicidad de una de las técnicas de la metodología Lean Services, utilizaremos para esta propuesta de mejora, la técnica de las 5S.

Además, consideraremos propuestas enfocadas a la fidelización de los clientes, diseñando estrategias que permitan potenciar variables de cara a los tiempos de respuesta y satisfacción hacia la lavandería, las cuales serán contempladas en el desarrollo de esta propuesta de implementación como parte del análisis previo y evaluación realizada a clientes y colaboradores de la lavandería.

¿Por qué las 5S?

Porque es una metodología práctica, sencilla y efectiva que a través de su aplicación se evidencian oportunidades dentro de la operación, que evitan la suciedad en las instalaciones, desorden de pasillos y áreas de la organización, elementos inservibles en los procesos, averías frecuentes, movimientos y recorridos innecesarios.

Esta técnica como hemos mencionado en capítulos anteriores, recibe este nombre debido a cinco (5) fases, las cuales en japonés atienden a una palabra que dicta la aplicación sistémica de pasos que permiten la creación de un entorno organizado y una cultura basada en la gestión de procesos.

Cada una de estas fases se desglosan a continuación:

- *Clasificar (Seiri)*: Consiste en eliminar todo aquello que representa un retraso para el flujo óptimo de la operación, eliminando los desperdicios y tiempos que no agregan valor al cliente.

Beneficios de esta S: Mayor control del espacio en las áreas de trabajo, eliminación de desperdicios y menos probabilidad de accidentes.

- *Organizar (Seiton)*: Consiste en colocar todo aquello necesario para el trabajo, en el lugar preciso para su utilización, atendiendo a criterios de seguridad, calidad y eficiencia. Cada cosa debe tener un lugar preestablecido y fijo, de manera que pueda ser encontrado para futuras ocasiones por los colaboradores que requieran del uso de cualquier equipo o pieza.

Beneficios de esta S: Menos inversión de tiempo para encontrar lo deseado, disminución de tiempos y movimientos innecesarios, identificación cuando falta alguna pieza en su lugar.

- *Limpieza (Seiso)*: Consiste en anticiparse a los defectos, y mantener los dos (2) principios anteriores como parte de una cultura, pues la clasificación y el orden van de la mano de la limpieza.

Es mantener los lugares limpios luego de la realización de cada tarea para previo a los inicios de la labor, todo se encuentren en las condiciones óptimas sin necesidad de incurrir en retrasos o demoras para la operación.

Beneficios de esta S: Aumento de la vida útil de los equipos utilizados, disminución de probabilidad de contraer enfermedades y mejor aspecto de las áreas internas.

- *Estandarizar (Seiketsu)*: Consiste en mantener el orden y la limpieza en todo momento a través de planes, procedimientos o estándares.

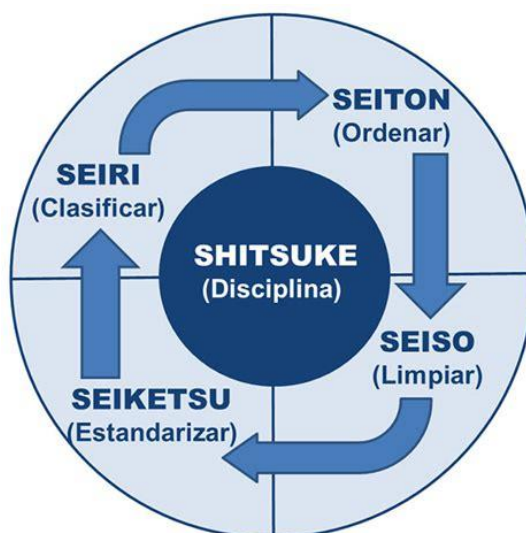
Beneficios de esta S: Conocimiento de reglas preestablecidas para el desarrollo de los procesos y se evita la ocurrencia de errores.

- *Disciplina (Shitsuke)*: Consiste en crear un hábito la metodología, considerando el principio 1 hasta el 4 como parte de la práctica diaria. Sin la implementación y permanencia de esta S, las demás se deterioran con el tiempo.

Beneficios de esta S: Mejora la eficiencia de la organización.

Imagen No. 12

Técnica de las 5S



Fuente: ELG Asesores (2018)

3.5 Implementación de la propuesta basada en la técnica de las 5S

Profundizando sobre la técnica de *las 5S* propia de la metodología Lean Services, analizaremos las problemáticas actuales y las soluciones a implementar para la mejora de los procesos de atención al cliente en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry.

Considerando cada una de las fases que componen esta técnica de la metodología Lean y apoyados en la evidencia obtenida del diagnóstico de los procesos observados para la atención de los clientes, analizaremos cada una de las situaciones actuales del proceso en cuestión.

Clasificar (Seiri):

Dentro de la práctica observada cuando el cliente solicita los servicios de la lavandería y deposita su ropa ya sea para lavado, planchado o ambas solicitudes conjuntas, la persona de Caja y Atención al Cliente procede a colocarle una etiqueta de un (1) solo color y en dicha etiqueta escribe la numeración asignada de acuerdo a la facturación del servicio.

Cuando la persona de lavado o planchado, desea proceder con la fase correspondiente, debe dirigirse al sistema y consultar cuál servicio fue solicitado por el cliente y la numeración asignada en la facturación.

Es necesario eliminar esta práctica de colocar una sola etiqueta, ya que al personal que le corresponde realizar la tarea demandada por el cliente, debe tomar un tiempo para identificar si el cliente desea el planchado de la prenda o el lavado y planchado en conjunto. Esto se considera como un desperdicio en la operación porque la persona que realiza el etiquetado está generando una tarea adicional en el personal de la próxima fase del proceso, provocando esto un incremento en el tiempo de operación.

Para mejorar este proceso y eliminar el tiempo incurrido en la identificación de la tarea de acuerdo a la solicitud del cliente, se sugiere utilizar etiquetas de diversos colores a la hora de recibir la orden del cliente, de manera que el personal que le corresponde realizar la próxima tarea pueda identificar fácilmente la operación pertinente de acuerdo al color.

Se propone el uso de un *código de dos colores* para identificación de las tareas: *azul* para los trabajos que solo requieran el servicio de *planchado* y *amarillo* para aquellos que requieran *lavado y planchado*.

Imagen No. 13
Etiquetado de colores



Fuente: Elaboración propia

Con estas etiquetas al personal que le corresponda realizar la labor de la siguiente fase puede fácilmente iniciar el trabajo sin ninguna demora o retraso del proceso, generando esto tiempos ágiles de cara a la entrega de las prendas al cliente, lo cual incide directamente sobre la satisfacción.

Por otra parte, es recomendable aprovechar la gestión del etiquetado e incluir en la misma, *la fecha de recepción* de las piezas y *la fecha de entrega* más

próxima según el acuerdo de servicio interno que sea definido por la lavandería, partiendo de las capacidades que se manejan diariamente. Esto permite crear una priorización de los pedidos que deben ser atendidos con mayor rapidez para no incurrir en insatisfacción del cliente y además genera organización del trabajo. Más adelante será detallado en la segunda S, *Organizar*, el impacto de esta mejora.

Otro punto a resaltar y el cual fue evidenciado durante la atención a los clientes que llevaban sus prendas para el servicio de la lavandería, es el amontonamiento de las piezas en un lugar sin especificación luego del etiquetado. Esta práctica no es recomendada ya que las piezas son almacenadas en conjunto tras el etiquetado, generando una gestión adicional para clasificarlas por cliente al momento del lavado o planchado de las mismas.

Es necesario disponer de cestos que permitan realizar el almacenamiento categorizado, de manera que esto adicional con el etiquetado genere agilidad en el operador de la próxima tarea al momento de iniciar con el lavado o planchado.

Imagen No. 14

Cestos para clasificación de prendas de acuerdo al tipo de servicio



Fuente: Ecolaundry (2014, p. 1)

La colocación de los cestos de ropa permite que las prendas sean clasificadas acordes a las etiquetas colocadas para planchado de la pieza o lavado y planchado, permitiendo que además de la etiqueta exista un almacenamiento para facilitar la gestión de la persona que realiza la función en la próxima fase.

Se sugiere que los cestos sean colocados justo detrás de las ventanas por donde se visualiza la estación de planchado, de manera que la persona de Atención al Cliente y Caja que recibe las piezas entregadas por el cliente, luego de ser etiquetadas según el tipo de servicio, sean de la misma forma clasificadas en los cestos que deberán estar colocados del lado contrario de la pared, permitiendo el fácil alcance para el personal de lavado y/o planchado que deberá tomar y priorizar de acuerdo a los pedidos que le antecedan.

Imagen No. 15

Recepción de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry



Fuente: Elaboración propia

Según la imagen que se muestra, los cestos deberán estar colocados del lado contrario a la pared, de manera que el personal de Atención al Cliente y Caja, con tan solo abrir las ventanas corredizas pueda arrojar en el cesto correspondiente la ropa clasificada de acuerdo al servicio demandado por el cliente atendido.

Organizar (Seiton):

Una de las oportunidades observadas durante el recorrido por las áreas de trabajo propias de la lavandería, es que no existe una organización precisa de las piezas que deben ser trabajadas por día. No se cuenta con una estructura de almacenamiento que permita la administración de las prendas de acuerdo al día correspondiente para la entrega.

Se evidencia la necesidad de organizar los trabajos por *prioridad de entrega* y establecer *acuerdos de servicios* con el tiempo estándar correspondiente al cumplimiento de los servicios que sean solicitados por los clientes, de manera que exista un referente de tiempo que genere claridad al cliente de cuándo aproximadamente sus piezas estarán listas.

Se observa que suelen otorgarse fechas de promesa a los clientes sin tener conocimiento de la cantidad de pedidos previos y que pueden coincidir con las promesas realizadas a otros clientes, siendo esto un error que incide sobre la satisfacción, y que, de cara a la encuesta realizada, se evidencia que existe una desviación enfocada por los clientes sobre el criterio del tiempo de entrega de sus pedidos.

Para mitigar esta exposición a la incertidumbre del tiempo, se propone que el recurso disponible para el lavado, planifique la producción diaria de los trabajos tomando como prioridad la *fecha de entrada* del servicio y la *fecha de entrega*

asignada de acuerdo al tiempo promedio que deberá ser definido por tipo de servicio y que estará colocado en las etiquetas de colores.

La definición del tiempo promedio de acuerdo al tipo de servicio puede ser calculada tomando como referencia la actividad que toma más tiempo y considerando el número de piezas que salen acorde a las horas laborables.

Por ejemplo, si es asignado un tiempo promedio de cinco (5) días para la entrega de las piezas a los clientes, de acuerdo a este margen el personal designado para la planificación, deberá considerar el máximo disponible por día y colocar en *cestos especiales* con una identificación del día, la producción diaria para el lavado y planchado; es decir, colocar etiquetas con los días de la semana para cada cesto, los cuales irán rotando según la salida de trabajos y fechas de entrega, permitiendo la organización del trabajo y la agilidad de los procesos.

Imagen No. 16

Cestos para la producción diaria por días de la semana



Fuente: Archiproducts (2018)

Como estrategia de organización del trabajo y creación de valor para los clientes, se sugiere, además, la integración de *trabajos expresos*. Esta unidad de trabajo estaría basada en aquellos clientes que recurren a los servicios de la lavandería con la necesidad de ser atendidos rápidamente por emergencias o imprevistos que demandan de agilidad en el proceso.

Para ello se deben generar las siguientes condicionantes que no interfieran sobre los demás pedidos y que creen la sensibilización del cliente de cara a la solicitud, entre estas condicionantes se propone que:

- *El número de piezas no puede exceder de tres (3) unidades.*
- *El cliente debe esperar en la lavandería por su pedido.*
- *El servicio clasificado es solo para planchado de piezas.*
- *La promesa de espera no debe exceder de una (1) hora.*

Limpieza (Seiso):

La rapidez con la cual son realizados los trabajos en las empresas, muchas veces hace que la demanda se concentre en terminar los trabajos para evitar retrasos en la operación, limitando la importancia que recibe la limpieza de cada una de las áreas y entornos donde se realizan las tareas.

La limpieza dentro de la jornada laboral debe ser un elemento prioritario para el mantenimiento del orden y pulcritud de los espacios.

Independientemente de que existan áreas que no sean percibidas o que no tengan acceso a los clientes, estas deben estar perfectamente organizadas con la limpieza que es requerida, pues existe personal dentro de las instalaciones propensos a sufrir accidentes o contraer cualquier tipo de afección por las condiciones generadas en el ambiente interno de las áreas.

Por lo observado en la lavandería, existen oportunidades con temas de organización y limpieza. Si bien es cierto, en las áreas de planchado, lavado y recepción se tienen definidos los lugares para cada cosa, sin embargo, esto no siempre es llevado a cabalidad.

Es importante que cada colaborador realice sus actividades teniendo siempre presente que al concluir su jornada debe dejar su estación de trabajo organizada y limpia, de manera que al día siguiente todo se encuentre en su lugar y listo para iniciar la corrida de trabajo.

Dentro de las instalaciones existe un cuarto contiguo al área de lavado, en el cual se almacenan elementos que no necesariamente son utilizados con regularidad por las operaciones propias de la lavandería, dígase materiales de construcción, tuberías y otros elementos. En este espacio, se recomienda realizar una clasificación de dichas piezas y descartar todo aquello que no aporta ningún valor dentro de la instalación y aquellas de las cuales se pueda obtener algún beneficio considerar su uso o vender a algún comprador interesado en esos materiales. En este cuarto se debe realizar un trabajo de limpieza arduo y ambientar el mismo para crear una estación adicional de planchado la cual estaremos justificando más adelante.

Imagen No. 17

Limpieza en el lugar de trabajo



Fuente: Biztorming Training & Consulting (2015)

Estandarizar (Seiketsu):

Dentro de las instalaciones de la lavandería existe un *carrusel* que permite el almacenamiento de las prendas o piezas de los clientes, el cual por la capacidad de orificios o huecos que posee, facilita la colocación de la ropa en ganchos o perchas generando una ventaja para el control de los pedidos que entran y salen.

Se observó que muchas de las piezas eran almacenadas en el cuarto contiguo al área de lavado y que las piezas no permanecían con una posición estática.

La estandarización como parte de crear los mecanismos necesarios para que existan controles y continuidad en las prácticas de manera que siempre se realicen de la misma manera por cualquier usuario que haga la tarea, es una bondad importante a la hora de considerar los procesos bajo la técnica de las 5S.

Se recomienda que el *carrusel de ropa* que se mantiene en el área de planchado, sea utilizado para llevar un control de los pedidos por clientes manteniendo un puesto fijo por producción desde que el pedido del cliente entra hasta que sale. Esto genera agilidad a la hora de almacenar todas las piezas que corresponden a un (1) solo cliente, permitiendo a su vez que el personal que realiza el planchado coloque con destreza los elementos que corresponden al cliente asignado y hasta que no sean despachadas o entregadas las piezas, estas permanecerán en su estación designada desde la entrada. Con esto se logra incluir la clasificación, organización y limpieza del área a través de la estandarización del uso del carrusel.

Como elemento diferenciador, se pueden además considerar las numeraciones que el carrusel posee en su diseño de fabricación, y este orden natural del equipo, ser una referencia para los pedidos más prioritarios por

entrega, es decir, que desde el puesto número uno (1) hasta la numeración final, sean colocados por orden de prioridad de entrega los pedidos de los clientes, de manera que los que se encuentren más próximos al uno (1) o en esta posición, se reconozcan como los primeros que deben salir, la relación existente es similar al manejo de los inventarios a través del método *FIFO*, en inglés, *first in, first out* o *PEPS*, en español, *primeros en entrar, primeros en salir*, generando esto una salida organizada del inventario de los trabajos realizados en la lavandería.

Imagen No. 18

Carrusel para control de piezas en una lavandería



Fuente: Infohostelero (2015)

Disciplina (Shitsuke):

Crear una cultura dentro de cualquier organización y en este caso en particular, la lavandería *Lab Cleaner & Laundry*, no es una tarea que se logra en un abrir y cerrar de ojos. Sin embargo, enfocar los esfuerzos diarios por el cumplimiento de cada una de las S mencionadas en esta propuesta, facilita la creación de un entorno de trabajo adecuado y con las condiciones necesarias para generar agilidad en los procesos y que los mismos se reflejen en

beneficios para los clientes, los cuales aumentarían la satisfacción sobre el servicio recibido por la lavandería.

Es necesario realizar reuniones semanales, quincenales y/o mensuales, donde se definan las prioridades y demandas correspondientes, para que los colaboradores tengan claridad de los objetivos esperados de su gestión.

De igual manera, felicitar y reconocer sus esfuerzos de manera que se incentive el sentido y compromiso por hacer bien su trabajo.

El reconocimiento en los seres humanos tiene un poder sinigual, el cual bien articulado genera motivación en los colaboradores. Se recomienda no hacer de una rutina la gratitud por el esfuerzo realizado a través de reconocimientos ya que puede ser contraproducente y perder su efecto, pero sí, hacerlo de manera precisa y enfocada en momentos necesarios para que surta efecto positivo sobre los empleados.

De igual manera, crear un pequeño *programa de compensación* basado en las millas u horas extras dedicadas por el personal, que superan las horas de la jornada laboral en momentos estacionales del mes, compensando el esfuerzo con el cálculo de las horas adicionales generadas por los trabajos, con *beneficios monetarios, tardes o días libres, órdenes de compra* u otras ventajas que puedan generar valor y fidelización con los colaboradores.

La importancia de hacer sentir motivados a los colaboradores y la relación con la *disciplina*, quinta S de la técnica, crea una sinergia directa para el logro de los objetivos y la permanencia de las operaciones, con un sentido de eficiencia y alta productividad, generando beneficios directos para la lavandería; y satisfacción tanto para los colaboradores como para los clientes.

Imagen No. 19
Compromiso de los miembros de la organización



Fuente: Proikos (2015)

3.6 Propuestas adicionales para el mejoramiento del servicio

De cara a los resultados obtenidos de los diferentes instrumentos aplicados a clientes y colaboradores, así como la evaluación interna de la gestión de los procesos en cada área de la lavandería, fueron identificadas oportunidades adicionales, que requieren ser atendidas para ofrecer mejores beneficios a los clientes y generar ventajas competitivas frente al mercado de las lavanderías en la República Dominicana.

Entre las oportunidades que se visualizan y que impactarían la satisfacción de los clientes que solicitan los servicios de Lab Cleaner & Laundry, se propone la integración de los siguientes elementos:

Contratación de recursos

Una de las oportunidades identificadas, que dentro de la operación toma más tiempo dentro de la lavandería, es el *planchado*.

Actualmente se cuenta con un (1) solo recurso para ejecutar esta labor, el cual realiza el planchado de aproximadamente quince (15) piezas por hora.

Contar con un (1) solo recurso para la labor más especializada, representa un riesgo alto para la operación y productividad de la lavandería. Estos riesgos se visualizan de cara a motivos de licencias, estudios o causas de fuerza mayor que provoquen el ausentismo de este recurso.

Imagen No. 20
Contratación de personal



Fuente: Asanblada (2014)

Se sugiere la contratación de un (1) recurso adicional y un (1) temporero para períodos picos o ausencias no justificadas. Pues la demanda con la cual cuenta la lavandería no justifica la presencia de un solo recurso para esta labor.

Acompañado de la contratación de nuevos recursos, se sugiere la habilitación del cuarto contiguo al área de lavado, donde puede ser colocada una prensa adicional para la realización del planchado y la colocación de herramientas necesarias para ejecutar esta labor. Este espacio genera una oportunidad de

aprovechamiento del layout de la lavandería, considerando la colocación de un equipo de aire acondicionado para crear las condiciones adecuadas de trabajo para el recurso designado en dicho espacio.

Desarrollo de una App para solicitudes de servicio

Actualmente los clientes demandan soluciones innovadoras que representen rapidez y comodidad para el consumo de los servicios.

Los clientes tienden a la utilización de mecanismos digitales que a tan solo a un clic les permitan consultar servicios y estatus de solicitudes.

Poco a poco la tecnología y la era digital en conjunto con las redes sociales han creado expectativas en los clientes, descartando la necesidad de dirigirse directamente al establecimiento comercial.

La necesidad de integrar elementos y soluciones que agreguen valor a los clientes y generen beneficios enmarcados en rapidez, comodidad, calidad y buen servicio son aspirados por un público que hoy día exige la mejora continua.

La integración de elementos englobados en la tecnología permite acercar a un segmento de clientes que son atraídos por mecanismos de rápido acceso y consulta.

Las aplicaciones web son una ventaja competitiva que por medio del mercado de usuarios de teléfonos inteligentes se pueden generar beneficios conjuntos por la gran población que los utiliza.

La propuesta del desarrollo de una aplicación web, estaría basada en concentrar a través de la misma, las solicitudes de la lavandería de manera

que el cliente pueda realizar el registro de sus pedidos colocando toda la información necesaria para la elaboración de su factura y que esto se encuentre interconectado a un sistema que permita registrar la facturación, la cual el cliente tendrá la facilidad de consultar para confirmar el monto registrado de su solicitud.

La integración de esta propuesta permite además establecer un plan de recogida de piezas a los diferentes clientes que solicitan los servicios y establecer una especie de tracking o mapa del estatus en el cual se encuentra el pedido, generando al cliente claridad sobre la gestión de su solicitud.

Según un estudio realizado por Estudio Wam (2015), los beneficios de desarrollar una aplicación móvil para los negocios generan relaciones y lealtad con los clientes, incrementa la visibilidad y las ventas, permite la conexión con clientes en cualquier lugar y el reforzamiento de la marca.

Imagen No. 21

Diseño de aplicaciones web



Fuente: Cayro Soluciones SAC (2018)

Servicio a domicilio

Se sugiere además ofrecer a los clientes el servicio a domicilio, ya que actualmente es una práctica realizada por la mayoría de las lavanderías y las que no otorgan el servicio, con el tiempo van perdiendo la apreciación del cliente por el mercado competitivo en el cual se encuentran.

Con los resultados obtenidos de la encuesta a los clientes, se observa que la variable de tiempo de entrega está siendo marcada con oportunidades de mejora, por lo que se debe garantizar que la capacidad interna no esté afectando con la salida de los pedidos y a su vez, contar con un mecanismo de entregas y recogidas rápidas según demanda.

Reconociendo que la lavandería se encuentra ubicada en la ciudad de San Cristóbal y que existe un público significativo en la ciudad de Santo Domingo, se sugiere crear una ruta semanal o bitácora de viajes, de acuerdo a las solicitudes recibidas para que la logística de transporte sea aprovechada en términos de ahorro de combustible y mayor reparto a todos los clientes según los días establecidos.

Hoy en día los clientes son capaces de pagar un adicional por recibir sus pedidos en la comodidad de su hogar; facilitarles la recepción y entrega de sus prendas generará valor a los clientes de Lab Cleaner & Laundry.

Es importante considerar que para iniciar con esta gestión se deben contemplar los gastos de este servicio, de manera que no genere una pérdida la adquisición del vehículo utilizado para los fines, así como el recurso dedicado a la entrega, además de comprender que la capacidad generada por la lavandería amerita ofrecer este servicio. Como plan de inicio se recomienda realizar un piloto en la ciudad de San Cristóbal como zona céntrica y cercana

de la lavandería, para conocer cómo gestionar las rutas de forma óptima. Aunque el servicio a domicilio se percibe como “gratis” por los clientes, es importante considerar, que indirectamente el cliente lo paga con sus solicitudes.

Imagen No. 22
Transporte para servicio a domicilio



Fuente: Eurodry 2000 (2014)

Programa de fidelización y lealtad de clientes

La creación de cercanía con los clientes se logra a través de estrategias que creen vínculos y permitan fidelizar la relación de la empresa con sus clientes. Para ello es importante crear sonrisas y sentido de pertenencia con los consumidores de los servicios, para que estos sean multiplicadores de la experiencia positiva recibida durante cualquier demanda de servicio realizada.

Para la Lavandería Lab Cleaner & Laundry se propone realizar un programa que contenga aditamentos específicos que generen valor a sus clientes y permitan estrechar los lazos.

Dentro de la propuesta se recomienda integrar las siguientes ventajas para premiar la fidelidad de los clientes:

- *Programa de acumulación de puntos*

Presentar un esquema al cliente en el cual, por cada cantidad de piezas lavadas o planchadas, podrá recibir puntos, los cuales podrán ser canjeados en servicios gratis realizados por la lavandería. Para esto se deben diseñar tarjetas en las cuales se registrarán la acumulación de los puntos hasta obtener el regalo del servicio gratis.

- *Concursos*

Creación de trivias o preguntas con temas alusivos a la época o la lavandería, que los clientes puedan responder a través de redes sociales generando mayor aceptación de los clientes por estas vías y a su vez atrayendo mayor número de seguidores. Los premios a otorgar pueden ser servicios gratuitos de la lavandería o productos para el cuidado de la ropa, los cuales son comercializados por la lavandería.

- *Tarjetas de regalo*

Otorgamiento de tarjetas de regalo con descuentos especiales a clientes leales para crear esa afinidad y valoración por la frecuencia y permanencia con los servicios recibidos.

Los programas de fidelización de clientes permiten el crecimiento de la empresa con la retención de clientes que valoran la marca y agradecen el reconocimiento de la empresa a través de las ventajas recibidas que son generadas por el programa.

Imagen No. 23
Fidelización y Lealtad del Cliente



Fuente: 3d3 (2016)

Alianzas estratégicas con compañías de relación cercana

Según lo conversado con el propietario de Lab Cleaner & Laundry, existen intenciones de la empresa externa donde hoy día labora en jornada completa y fija, de comunicar a los empleados los servicios de la lavandería de forma masiva por la red de la empresa.

En aras de aprovechar esta facilidad que le está siendo ofrecida, se sugiere fortalecer los puntos mencionados en esta propuesta y que de igual forma se realice la contratación del recurso para el área de planchado, ya que es donde se debe robustecer la capacidad de operación para poder generar mayores pedidos.

Es importante crear una alianza con la empresa, de manera que se pueda otorgar como beneficio a nivel interno de la compañía, para así crear una relación directa con los clientes de dicha empresa y establecer las entregas masivas con el apoyo del servicio a domicilio en días específicos. Por ejemplo,

se puede establecer y comunicar a lo interno de dicha compañía que los días de recepción de pedidos son los “lunes” y los días “viernes” los días de entrega y de acuerdo a la capacidad jugar con la demanda y establecer plazos más cortos si es necesario, considerando otros pedidos que no necesariamente correspondan con la empresa pero si aprovechando la logística para otras solicitudes en la ciudad de Santo Domingo, donde se ubica la empresa en la cual labora el propietario y parte importante de sus clientes hoy día.

Imagen No. 24
Alianzas entre empresas



Fuente: Santé mentale & travail (2017)

Creación de nuevas soluciones

Por la competitividad de los mercados y las nuevas integraciones que día a día se realizan en las lavanderías de la República Dominicana, se sugiere la incorporación de servicios adicionales y buenas prácticas establecidas por otras lavanderías, tales como:

- Lustrado y limpieza de zapatos o calzados
- Degustación de café o té para clientes que visitan la lavandería
- Confección de prendas textiles específicas, como chacabanas

Programa de Seguridad Industrial

Las condiciones de los colaboradores deben primar en todo momento, pues son el recurso más valioso de la empresa. La seguridad en las instalaciones debe estar presente en términos de iluminación, ventilación, equipos de protección y estancias de descanso para el almuerzo o recesos cortos propios de la jornada.

La lavandería Lab Cleaner & Laundry cuenta con instalaciones adecuadas, pero se destaca la necesidad de agregar extractores de vapor en el área de lavado, debido a que la caldera ubicada en este espacio genera un fuerte vapor que mantiene al área extremadamente caliente, por lo que se sugiere colocar más extractores que permitan disipar el calor y generar ventilación para la correcta y adecuada ejecución de los trabajos, sin ocasionar daños sobre el personal.

De igual forma se proponen integrar dentro de las prácticas realizadas los siguientes puntos:

- El personal de lavado al tocar ropa sucia que requiere ser lavada, debe utilizar guantes para evitar cualquier contacto con elementos contagiosos.
- Señalizar las áreas donde haya humedad producto del trabajo de lavado para evitar resbalones o caídas.
- Utilizar mascarillas y guantes cuando se utilicen productos químicos.
- Utilizar uniforme y calzado cerrado y con suela de goma para evitar resbalar sobre la superficie.

- Para el personal que su trabajo es fijo en una posición como el planchado, alternar otras funciones que requieran movimiento.
- Es recomendable considerar un reposa pie, o soporte para apoyar los pies para el personal de planchado.
- Controlar y manejar adecuadamente equipos, corriente eléctrica y el uso del agua, ya que estos elementos son inherentes en la operación de la lavandería y representan un riesgo por el uso combinado.

La preservación de la vida y seguridad de los empleados es una responsabilidad conjunta tanto del empleador como del colaborador.

Imagen No. 25

Señalizaciones de Seguridad



Fuente: Fernanda (2015)

3.7 Costo de Implementación de la Propuesta

Proyecto	Fases	Artículos	Cantidad (Unidades)	Monto (DOP)
Implementación de la propuesta de mejora Lab Cleaner & Laundry	Compra de herramientas y materiales de trabajo	Cestos	10	12,000
		Prensa de Planchado	1	53,300
		Aire acondicionado	1	30,000
	Contratación de Recursos	Salario empleado	2	28,000
	Adquisición de Vehículos	Vehículo	1	250,000
	Desarrollo aplicación Web (App)	Pago desarrollo e implementación	1	125,000
	Programa de Fidelización	Diseño de Tarjetas	1	2,000
		Material para confección publicitaria	1	2,000
	Programa de Seguridad Industrial	Extractores de Vapor	4	21,600
		Cajas de Guantes (100 unidades p/caja)	10	3,000
		Cajas de Mascarillas (100 unidades p/caja)	10	3,000
Total				529,900

Fuente: Elaboración propia

3.8 Plan de Implementación de la Propuesta

Para llevar cabo las fases contenidas en esta propuesta, se recomienda priorizar sobre la gestión de los equipos necesarios para la clasificación, organización y limpieza de las áreas, así como la contratación del recurso para las tareas del planchado, ya que partiendo de esta gestión se pueden aumentar las capacidades de la lavandería y así generar mayores pedidos que

a su vez aumentarán la rentabilidad de la lavandería a través del crecimiento de las solicitudes y nuevos clientes.

Entendemos que la propuesta generada, aunque conlleva una inversión estimada de medio millón de pesos, puede ser trabajada paulatinamente, pero sin dejar de lograr la implementación de todos los puntos.

El servicio a domicilio, es un elemento importante implementar en el corto plazo y asegurar la contratación de un (1) personal dedicado a esta gestión, capaz de optimizar las rutas y la logística necesaria para sacar el máximo provecho de esta bondad. La contratación de este recurso fue ponderada dentro de la propuesta económica establecida.

Se sugiere dejar como última fase la integración de la aplicación web, por no significar un factor de urgencia en estos momentos, sin embargo, por la competitividad de los mercados, su incursión en la lavandería Lab Cleaner & Laundry, es un paso adelantado hacia una gestión competitiva, eficiente y productiva.

Definitivamente resaltamos que esta propuesta cumple con las necesidades latentes en la lavandería Lab Cleaner & Laundry, y la implementación de estas estrategias generaran valor en sus clientes aumentando la satisfacción y fidelización hacia los servicios recibidos.

CONCLUSIONES

Definitivamente el uso de la metodología Lean Services se convierte en un aliado a la hora de robustecer la operación de toda empresa, integrando en las operaciones y en la gestión mejoras que eliminan los desperdicios e incrementan la eficiencia y productividad.

En la lavandería Lab Cleaner & Laundry se identificó la necesidad de evaluar las oportunidades de cara a los tiempos de entrega y a la diversificación de su propuesta de valor, donde se observó la importancia de aumentar la productividad con la integración de recursos tanto humanos como tecnológicos, así como elementos para organizar los procesos y eliminar desperdicios.

La permanencia de la lavandería Lab Cleaner & Laundry se encuentra enmarcada en su compromiso de seguir mejorando su gestión e integrando a la misma atributos que creen lealtad con sus clientes y generen conexiones con otros clientes potenciales para aumentar los beneficios y la estabilidad de este negocio.

El desarrollo de estrategias y buenas prácticas de operación propuestas, amparadas en el enfoque a los clientes y apoyado a la técnica de las 5S y metodología Lean Services, potencian los procesos productivos y de servicios y el incremento de la satisfacción, incorporando elementos diferenciadores como el servicio a domicilio, desarrollo de aplicación web, programas de fidelización y lealtad, que cubren las necesidades de los clientes de Lab Cleaner & Laundry, representando el factor clave para el éxito.

La Lavandería posee un enorme potencial que, a pesar de percibirse como un negocio pequeño, goza de la necesidad del público que consume sus servicios y permite que se mantenga siempre con alta demanda, siendo esto una oportunidad que debe ser aprovechada para el beneficio de la misma.

RECOMENDACIONES

Con el objetivo de aumentar la satisfacción de los clientes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry y robustecer las prácticas realizadas durante los procesos de atención, así como a lo interno de toda la gestión de la empresa, se propone realizar la implementación de la propuesta atendiendo a las siguientes recomendaciones:

1. Elaborar un presupuesto para la adquisición de los recursos necesarios para la mejora de los procesos a lo interno de la lavandería considerando la división por fases de cada una de las integraciones mencionadas en la propuesta de implementación, ya sea por incorporación de nuevas tecnologías, compra de nuevos equipos, gestión de nuevas contrataciones y/o diseño de estrategias de fidelización.
2. Medir las capacidades internas de cada de las áreas de operación más neurálgicas de la lavandería, considerando la gestión oportuna de los recursos de acuerdo a las demandas generadas.
3. Integrar nuevos servicios a la lavandería de acuerdo a las tendencias del mercado para evitar que la competitividad absorba el potencial del cual goza la empresa, diversificando su oferta de valor e incorporando buenas prácticas de otras lavanderías.
4. Evaluar continuamente las opiniones de los clientes de cara a los servicios recibidos, para medir la temperatura de la gestión que está siendo entregada a los clientes de la lavandería, de manera que se puedan incorporar mejoras adicionales a la operación contando siempre con la voz de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- 3d3. (2016, Diciembre 09). *5 estrategias para fidelizar al cliente*. Obtenido de <http://www.3d3.es/5-estrategias-fidelizar-al-cliente/>
- Archiproducts. (2018). Obtenido de <https://www.archiproducts.com/pt/produtos/104644/cesto-para-roupa-suja-cross-wb-decor-walther.html>
- Asanblada. (2014, Junio 25). *Convenio*. Obtenido de Convocatoria del Colegio junio 2014: <https://www.asanblada.org/2014/06/convocatoria-del-colegio-junio-2014/>
- Biztorming Training & Consulting. (2015, Diciembre 23). *5S para para que tu empresa sea LEAN*. Obtenido de <http://www.biztorming.com.ar/2015/12/23/como-organizar-tu-pyme-en-5s/>
- Caminando por Madrid. (2014, Febrero 12). *Cuando no había Lavadoras*. Obtenido de <http://caminandopormadrid.blogspot.com/2014/02/cuando-no-habia-lavadoras.html>
- Cayro Soluciones SAC. (2018). *Soluciones en Tecnología de Información*. Obtenido de <http://www.cayro.com.pe/>
- Clean Master. (2018). Obtenido de <https://www.cleanmas.com/>
- Ecolaundry. (2014, Noviembre 11). *Los cestos de ropa más sorprendentes*. Obtenido de El ordenado: <http://ecolaundry.es/los-cestos-de-ropa-mas-sorprendentes/>
- El Blog de Joaquín Medina. (2010, Septiembre 22). *Fotografía que merece un artículo: Mujeres en el Lavadero*. Obtenido de <http://elblogdejoaquinmedina.blogspot.com/2010/09/fotografia-que-merece-un-articulo.html>
- El Redondelito. (2016, Abril 07). *Inventos que facilitaron las cosas a las mujeres*. Obtenido de La lavadora: <http://elredondelito.es/inventos-que-facilitaron-las-cosas-a-las-mujeres/>

ELG Asesores. (2018). *Implementación de sistema 5S modelo japonés*. Obtenido de <http://www.elg-asesores.com/index.php/implementacion-de-sistema-5s-modelo-japones>

Estudio Wam. (2015). *Desarrollo de aplicaciones móviles*. Obtenido de <http://estudiowam.com/desarrollo-de-aplicaciones-moviles/>

Eurodry 2000. (2014). *Servizi Lavanderia Tintoria*. Obtenido de <http://www.lavanderia-tintoria-eurodry2000.it/lavanderia-tintoria-servizi.html>

Fernanda. (2015). *Señales de Obligación*. Obtenido de <https://fernanda318.webnode.es/octavo-8º3/informatica/actividad/a2-periodo/a3-periodo/actividad5/actividad6/>

Getlavado. (2016, Junio 29). *La Evolución del Lavado de Ropa*. Obtenido de Lavado y su evolución a través del tiempo: getlavado.com/la-evolucion-del-lavado-de-ropa/

Hernández Matías, J. C., & Vizán Idoipe, A. (2013). *Lean manufacturing Conceptos, técnicas e implantación*.

Infohostelero. (2015, Septiembre 07). *EL Corte Inglés División Empresas instala un carrusel para dispensación automática de ropa en el Hospital Universitario de La Paz*. Obtenido de <https://www.infohostelero.com/2015/09/el-corte-ingles-division-empresas-instala-un-carrusel-para-dispensacion-automatica-de-ropa-en-el-hospital-universitario-de-la-paz/>

Ingeniería Industrial Online.Com. (2016). *Herramientas para el Ingeniero Industrial*. Obtenido de Metodología de las 5S: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/gestion-y-control-de-calidad/metodologia-de-las-5s/>

La Wash. (2016, Diciembre 04). *Cómo funciona una secadora de ropa*. Obtenido de <https://lawash.es/como-funciona-una-secadora-de-ropa/>

Lab Cleaner & Laundry. (2015, Octubre 15). Obtenido de <https://www.facebook.com/Lab-Cleaner-Laundry-532882400199923/>

LaColada. (2018). *La Historia de las Primeras Lavadoras*. Obtenido de <https://www.lacoladaprimus.com/es/blog/9-la-historia-las-primeras-lavadoras>

Lavadoras.us. (2018). *Historia de las Lavadoras*. Obtenido de www.lavadoras.us/industriales/servicio/tecnico/historia_de_las_lavadoras/

Lavandería L'Oscar. (2018, Enero 30). *L' Oscar Cleaner*. Obtenido de <https://www.facebook.com/lavanderialoscar/>

Lean Manufacturing Hoy. (2016, Marzo 17). *Noticias*. Obtenido de El Lean Service una necesidad en los procesos de las organizaciones de servicio: www.leanmanufacturinghoy.com/el-lean-service-una-necesidad-en-los-procesos-de-las-organizaciones-de-servicio/

PERSO - Pérez Sotero, S.L. (2014, Febrero 17). *La Metodología Lean aplicada a los Procesos Administrativos y de Servicio*. Obtenido de <https://persocerramiento.wordpress.com/2014/02/17/la-metodologia-lean-aplicada-a-los-procesos-administrativos-y-de-servicio/>

Pinterest. (2018). *Símbolos para el lavado y cuidado de la ropa*. Obtenido de <https://www.pinterest.es/pin/456059899754146868/>

Practicopedia - lainformacion.com. (2012, Julio 05). *Cómo se inventó la lavadora*. Obtenido de <http://educacion.practicopedia.lainformacion.com/geografia-e-historia/como-se-invento-la-lavadora-17199>

Pressto. (2018). Obtenido de <https://www.pressto.com/>

Proikos. (2015, Noviembre 13). *5S*. Obtenido de Compromiso de los miembros de la organización: <http://proikos.pe/arti-blog/5s/>

Proyecto Lavandería. (2013, Septiembre 07). *Lavandería*. Obtenido de Todo sobre Lavandería: <https://proyectolavanderia.wordpress.com/2013/07/09/lavanderia/>

Robotina Lavandería. (2018). *¿Qué es el Lavado en Seco?* Obtenido de <https://www.lavanderiarobotina.com/lavado-en-seco/>

Royal Lavandería. (2018, Junio 06). Obtenido de <https://www.facebook.com/Royal-Lavanderia>

Santé mentale & travail . (2017, Marzo). Obtenido de <http://www.santementaletravail.ca/wp-content/uploads/2017/03/interventions02-600x400.png>

Tintorería & Lavandería. (2010). *Historia de la Tintorería hasta 1900*. Obtenido de Origen de la Tintorería en el Imperio Romano: www.tintoreriaylavanderia.com/tintoreria/59-historiatint/551-historia-de-la-tintoreria-hasta-1900.html

Tintorería Madrid-París. (2017, Septiembre 27). *Las primeras tintorerías de las que se tiene noticia*. Obtenido de <https://www.tintoreria-madrid-paris.com/es/blog/las-primeras-tintorerias-de-las-que-se-tiene-noticia/>

Viajestic. (2018, Abril 19). *Abre el primer museo dedicado a la evolución del lavado de la ropa*. Obtenido de http://viajestic.atresmedia.com/escapadas/abre-primer-museo-dedicado-evolucion-lavado-ropa_2016072857ed256c0cf2aa7f694e96db.html

Zahumenszky, C. (2015, Octubre 30). *GIZMODO*. Obtenido de Qué significan los símbolos de lavado de las etiquetas de ropa: <https://es.gizmodo.com/que-significan-los-simbolos-de-lavado-de-las-etiquetas-1739630502>

ANEXO 1



**Decanato de Posgrado
Maestría en Gerencia y Productividad**

Anteproyecto

Título

**IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN SERVICES PARA LA
MEJORA DE PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY EN EL PRIMER SEMESTRE
DEL AÑO 2018**

Sustentante:

Yosmarlin Francesca Germán Pérez, Matrícula 2016-2057

Asesor(a):

Ms. Ma. Dolores Sevilla

Santo Domingo, Distrito Nacional

Mayo, 2018

Preguntas de Partida para la Investigación

¿De qué se trata la investigación propuesta?

La investigación propuesta tiene como finalidad la mejora de los procesos de cara a la atención al cliente con el apoyo en la implementación de la metodología Lean Services, buscando incrementar la satisfacción de los clientes que reciben los servicios de una lavandería.

¿En qué contexto se ubica?

El contexto se centra en la empresa Lab Cleaner & Laundry.

¿Es de interés el tema?

Sí, pues con el desarrollo de la investigación se pretenden mejorar los procesos e incrementar la satisfacción de los clientes fidelizando los mismos con la empresa.

¿Existe información sobre el mismo?

Sí, existe material bibliográfico suficiente que apoya la gestión y aplicación de la metodología Lean Services.

¿Dónde se puede encontrar o quién tiene la información?

En libros, internet y dentro de la operación y ejecución misma de los procesos desarrollados por el personal que labora en la lavandería, así como, la percepción de los clientes que utilizan los servicios ofrecidos por la empresa.

¿Cuáles son los resultados personales que se espera?

Desarrollar y aplicar los conocimientos que en la práctica actual implemento en mi área laboral y ampliar mi espectro de cara a un negocio distinto a lo conocido, empleando las mejoras que sean necesarias para la optimización de

los procesos y acorde a los lineamientos establecidos por la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación.

¿Cuáles son los resultados generales que se espera?

Aportar mejoras aplicables a la empresa que permitan robustecer el servicio de cara al cliente ajustando los tiempos de respuesta a los procesos que impactan la satisfacción del cliente.

1. Selección y Definición del Tema

Implementación de la Metodología Lean Services para la mejora de procesos de atención al cliente en Lavandería Lab Cleaner & Laundry en el primer semestre del año 2018.

2. Problema de la Investigación

2.1 Planteamiento del Problema

La concepción insuficiente del enfoque al cliente en los procesos de generación de valor debilita el modelo de ejecución implementado actualmente en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry careciendo este de ventajas competitivas ante el servicio ofrecido.

La necesidad de evaluar los procesos ejecutados para la entrega del servicio al cliente es el eje principal para potenciar el modelo actual y contrastar con las mejores prácticas que componen la Metodología Lean de cara a los servicios.

Las Lavanderías como microempresas ofrecen un respaldo a un segmento considerado de la población, tanto para el consumidor que desea la comodidad que le ofrece el uso del servicio para fomentar su calidad de vida, así como

para aquellos que por las exigencias laborales actuales no disponen del tiempo para ejecutar las tareas que realiza una lavandería en sus hogares.

Considerando que el mercado actual demanda de rapidez en los servicios bajo estándares de calidad, surge la necesidad de evaluar el modelo de negocio de la microempresa perteneciente al sector de las lavanderías para identificar las brechas que están siendo generadas producto de la operación desarrollada y la cual evidencia tener oportunidades de mejora en los procesos que son desarrollados para la entrega de un servicio óptimo y eficiente para los clientes de la lavandería Lab Cleaner & Laundry.

2.2 Formulación del Problema

¿Cuáles son los procesos que impactan la satisfacción de los clientes que reciben los servicios de la lavandería Lab Cleaner & Laundry durante el primer semestre del año 2018?

2.3 Sistematización del Problema

- ¿Cuáles desperdicios existen en la ejecución de cada uno de los procesos que impactan la satisfacción de los clientes de la lavandería?
- ¿Cuáles causas producen los desperdicios identificados en la ejecución de los procesos de la lavandería?
- ¿Cómo repercuten los desperdicios de estos procesos sobre la satisfacción del cliente?
- ¿Cuál es el resultado de las evaluaciones de satisfacción y percepción del servicio ofrecido por la lavandería de cara a los clientes?

3. Objetivos de la Investigación

3.1 Objetivo General

Evaluar los procesos de cara a la atención al cliente en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry para la implementación de las mejores prácticas de la Metodología Lean Services garantizando la satisfacción de sus clientes durante el primer semestre del año 2018.

3.2 Objetivos Específicos

- Cuantificar los desperdicios que ocurren en el flujo de los procesos de atención al cliente ejecutados por la lavandería Lab Cleaner & Laundry.
- Medir el grado de satisfacción de los clientes durante el primer semestre del año 2018.
- Identificar las causas que generan la insatisfacción de clientes.

4. Justificación de la Investigación

En un mundo cambiante y desafiante donde la competitividad juega un papel predominante sobre la permanencia de los servicios dentro de un mercado exponencial, los consumidores requieren en demasía que la oferta de valor de las empresas sea más atractiva y renovada a las exigencias por las cuales gira el entorno.

La importancia de la entrega de una propuesta de valor íntegra, con calidad y sobre tiempos adecuados, es lo que hoy día hace que los clientes se sientan atraídos a probar nuevas tendencias.

El enfoque y la determinación de muchas microempresas (PYMES) impulsadas por emprendedores sedientos de lograr hacer una conexión directa con un público el cual visionan dentro de su sector, ha provocado el

crecimiento e impulso de muchos profesionales con la integración de nuevos modelos y propuestas de negocios que buscan cubrir las necesidades de un sector previamente identificado con el cual arraigan el deseo de ser rentables y prevalecer en el mercado de forma sostenida.

No obstante, esta versatilidad que cubre la dinámica de la cotidianidad de las generaciones de hoy día, engloba factores en los conceptos de trabajo que no siempre contemplan todas las aristas del diseño evaluado. Es por ello que existe la necesidad de analizar constantemente la gestión de los procesos que son ejecutados dentro de toda la cadena de valor de una organización.

4.1 Justificación Teórica

La Metodología Lean Services sustenta el desarrollo de la evaluación e investigación avalando cada una de las prácticas contenidas e implementadas por grandes organizaciones. El uso de la filosofía Lean Services se apoya de una base teórica rica en conocimiento que garantiza que la propuesta de mejora de cara a los procesos de atención al cliente mejore sustancialmente con la identificación de los desperdicios que pudieran estar incidiendo en el flujo de la operación actual de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry.

A su vez la existencia de concepciones enmarcadas en estudios y libros que trazan protocolos, pautas y consideraciones estudiadas sobre la gestión del servicio al cliente será el detonante para reforzar el estudio de la investigación.

4.2 Justificación Metodológica

Los métodos y técnicas basados en la observación de las operaciones realizadas dentro de la lavandería permiten identificar oportunidades y brechas que no son percibidas directamente por los ejecutores del proceso y a su vez

preparar la propuesta de implementación de mejoras que pretende aumentar el grado de satisfacción de los clientes de cara al servicio ofrecido.

La aplicación de cuestionarios a los clientes que reciben el servicio de la lavandería, así como entrevistas a los colaboradores de la empresa para identificar los criterios de valor, permitirán enriquecer el estudio de la investigación desarrollada previa a la implementación.

4.3 Justificación Práctica

La contribución de la implementación de la metodología Lean Services arroja la solución a problemáticas existentes en la ejecución de los procesos y permite la optimización de prácticas que representan retrasos y/o reprocesos dentro de la operativa interna que a su vez impactan positivamente sobre la percepción del servicio ante el cliente.

5. Marco Referencial

5.1 Marco Teórico

El creador del Lean Management, indica “que el punto básico para el pensamiento Lean es el valor” (WOMACK J. J., 2003, pág. 16).

Esto significa que la concepción y principal enfoque de la metodología Lean es generar más valor para los clientes eliminando desperdicios, los cuales pueden estar materializados en el uso de recursos innecesarios. Además, el pensamiento Lean agrega valor y reduce desperdicios con el propósito de eliminar gastos, aumentar la productividad, eficiencia y calidad.

“Los cinco principios para el pensamiento Lean se enfocan en: proporcionar el valor que el cliente realmente desea, identificar la cadena de valor o

actividades que añaden valor involucradas en cada punto de contacto con el cliente, lograr que el valor agregado fluya continuamente mediante la alineación de todos los procesos, hacer que el cliente “hale” el valor del proveedor y el flujo y por último, perseguir la perfección en todos los aspectos eliminando desperdicios y aportando valor” (Jones & Womack, 2003).

Partiendo de lo citado anteriormente, la aplicación del pensamiento Lean se enfoca en la atención y gestión de los servicios asegurando la satisfacción del cliente, la creación de valor y la eliminación de los desperdicios que no permiten que el desarrollo de los procesos sea ágil y óptimo de cara a la obtención de mejores beneficios.

“El Lean Services es la adopción de los principios, fundamentos, metodologías y herramientas del Lean/Kaizen para el diseño, gestión y operación de los servicios, con la finalidad de obtener eficiencia y eficacia de los mismos con un verdadero foco en el cliente” (Norambuena Carbonell, 2016).

Acorde a lo planteado se evidencia que el desarrollo de metodologías y herramientas basadas en la mejora continua son los elementos claves que han permitido a lo largo del tiempo incursión en nuevas dimensiones, las cuales han integrado la mejora de procesos en la operación de los servicios permitiendo así el enfoque en el cliente, siendo este el ente más impactado de cara a la percepción de lo recibido con la entrega de los servicios.

Lean es un nuevo modelo de negocio que tiene como objetivo ofrecer un rendimiento superior para los clientes, empleados, accionistas y sociedad en general. Inicialmente, este rendimiento superior entrega exactamente lo que quieren los clientes sin problemas, demoras, molestias, errores. Muy rápidamente también libera capacidad dentro de la organización para ofrecer al cliente un producto y servicio con más valor, aprovechando los

recursos disponibles y con pocos costes adicionales. (Asociación Española para la Calidad (AEC), 2018, pág. 1).

Esto representa que la aplicación de soluciones a lo interno de la organización definitivamente impacta positivamente todos los elementos que componen la cadena de valor y el flujo de las operaciones enfocadas en la mejora de todos los procesos y alineadas a la atención al cliente para entregar una propuesta de valor y una experiencia memorable al cliente, manifestándose esto en beneficios para la empresa y maximizando el potencial de los recursos necesarios para el desarrollo de la puesta en ejecución del servicio.

“El desarrollo de las PYMES constituye un elemento importante en el esquema productivo nacional, desempeñando un papel relevante en el desarrollo económico del país. Hoy día las PYMES, aportan el 27% al Producto Interno Bruto y generan el 57% de empleos. La mayoría pertenece al sector comercio (46,6%) y servicios (31,6%)” (Asociación de Industria de la República Dominicana (AIRD), 2018, pág. 1).

Partiendo de lo citado anteriormente, las microempresas representan una fuente potencial de ingresos para el país y el mercado está siendo potenciado por emprendedores con nuevas ideas de negocios, lo cual impulsa a que las empresas existentes creen la necesidad de reinventarse para ofrecer mejores soluciones y servicios de calidad a sus clientes optimizando los recursos existentes y aprovechando los mismos para la rentabilidad del negocio.

5.2 Marco Conceptual

- A. *Diagrama de Flujo*: es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos

del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso. (Aiteco Consultores, 2016)

- B. *Flujo de Valor*: Una serie de tareas y actividades (valor agregadas y no valor agregadas) necesarias para transformar un producto o un grupo de productos desde la materia prima hasta el producto terminado para su entrega al cliente. (Tecnológico de Monterrey, 2011)
- C. *Gemba*: Es el lugar de trabajo, en otras palabras, es el lugar donde pasan las cosas y se realiza el servicio o producto del cual estamos comprometidos a mejorar. (Manufactura Inteligente, 2015)
- D. *Kaizen*: Es la práctica de la mejora continua. (Kaizen Institute, 1995)
- E. *Layout*: El término layout proviene del inglés y quiere decir diseño, plan, disposición (...) corresponde a un croquis, esquema, o bosquejo de la distribución de las piezas o elementos que se encuentran dentro de un diseño en particular, con el fin de simular la idea de cómo se encuentran distribuidos los elementos pertenecientes al área. (ConceptoDefinicion.de, 2014)
- F. *Lean*: Crear más valor para los clientes con menos recursos. (Lean Enterprise Institute, 2018)
- G. *Muda*: es una palabra japonesa que significa “inutilidad; ociosidad; desperdicio; superfluidad” y es un concepto clave en el Toyota Production System (TPS) o Manufactura Esbelta como uno de los tres tipos de residuo (muda, mura, mun). (SPC Consulting Group, 2013)

- H. *Pyme*: Empresa mercantil, industrial, etc., compuesta por un número reducido de trabajadores, y con un moderado volumen de facturación. (Real Academia Española (RAE), 2017)
- I. *5S*: Es una metodología / filosofía para organizar el trabajo de una manera que minimice el desperdicio, asegurando que las zonas de trabajo estén sistemáticamente limpias y organizadas, mejorando la productividad, la seguridad y proveyendo las bases para la implementación de procesos esbeltos. (Lean Solutions, 2017)
- J. *Valor agregado*: Valor agregado o valor añadido, en términos de marketing, es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor. (CreceNegocios, 2013)

5.3 Marco Espacial

La investigación será realizada en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry, la cual se encuentra ubicada en la Calle Duarte #79, casi esquina Constitución en la ciudad de San Cristóbal, República Dominicana.

5.4 Marco Temporal

El estudio de la investigación se desarrollará durante el primer semestre del año 2018.

6. Hipótesis

6.1 Del Primer Grado

Los procesos de cara a la atención al cliente en la lavandería Lab Cleaner & Laundry no son adecuados.

6.2 Del Segundo Grado

Debido a los procesos inadecuados en la lavandería Lab Cleaner & Laundry se produce insatisfacción de los clientes por la baja percepción de calidad y eficiencia en la gestión de los servicios ofrecidos.

6.3 Variables

- Calidad
- Procesos
- Eficiencia

6.4 Indicadores

- Clientes Hombres Satisfechos e Insatisfechos
- Clientes Mujeres Satisfechos e Insatisfechos
- Cantidad de procesos de cara atención al servicio
- Tiempo de entrega de los servicios solicitados

7. Aspectos Metodológicos

7.1 Tipos de Estudios

Exploratorio, porque en las instalaciones propias de la lavandería existe información relevante sobre el manejo de los procesos ejecutados de cara a la entrega del servicio, de manera que por medio de la observación de estos procesos se puede intuir sobre el problema de la investigación.

Descriptivo, porque a través del estudio de los clientes y el servicio ofrecido, se obtiene una descripción sobre la percepción y el estado actual de los procesos en la lavandería con el objetivo de obtener información sólida que sustente el desarrollo de la investigación.

Explicativo, porque partiendo de la finalidad de la investigación se presentará una propuesta de mejora basada en las informaciones generadas del estudio, las cuales sustentarán la aplicación y reestructuración de los procesos ejecutados de cara a la satisfacción de los clientes y el incremento de beneficios tangibles para la lavandería.

7.2 Métodos de Investigación

- *Observación* a los colaboradores de la lavandería durante la ejecución de tareas para diagnosticar las insuficiencias presentadas en los procesos de atención al cliente. Además, se observarán las causas por las cuales los clientes manifiestan insatisfacción del servicio ofrecido.
- *Inductivo* porque evaluarán variables particulares dentro de la operación diaria de la lavandería de manera que se puedan generar premisas que fortalezcan el estudio de la investigación y permitan la obtención de conclusiones enfocadas en el incremento de la satisfacción de los clientes.
- *Deductivo* porque como punto de partida se evaluarán todos los procesos de atención al cliente para ir segmentando e identificando los desperdicios que se generan de la operativa diaria y que repercuten directamente sobre los clientes, descartando procesos que pudieran estar estables en comparación con otros pero que necesitan ser evaluados para robustecer el análisis y el resultado de la investigación.
- *Análisis y Síntesis* en esta investigación se estarán analizando los procesos que impactan la percepción del servicio ofrecido por

la lavandería Lab Cleaner & Laundry con enfoque en el cliente, buscando incrementar la satisfacción y a su vez eliminando desperdicios que no agreguen valor a la operación. El resumen de los criterios definidos y hallazgos encontrados serán elementos claves para la estructuración y desarrollo de la implementación de la metodología Lean Services acotada como estrategia para la propuesta de mejora de los servicios de la empresa estudiada.

7.3 Fuentes

Para la ejecución y desarrollo de la investigación se estará apoyando el estudio de las siguientes fuentes:

- *Fuentes Primarias:* Libros, Revistas
- *Fuentes Secundarias:* Diccionarios, Enciclopedias

7.4 Técnicas

- *Observación:* Uso de Guía de Observación para el registro de datos los cuales fungirán como soporte para la detección de oportunidades de mejoras aplicables en la preparación de la propuesta.
- *Cuestionarios:* Resumen de preguntas claves realizadas a los clientes para la identificación de las causas y factores que provocan la insatisfacción del servicio.
- *Entrevistas:* Levantamiento in situ con los colaboradores que ejecutan los procesos a través de la formulación de preguntas y

respuestas que generaran material para el análisis del problema de la investigación.

7.5 Tratamiento de la Información

Para el procesamiento de la información serán utilizados los siguientes elementos:

- Codificación (símbolos)
- Tabulación (tablas y cuadros)
- Gráficos
 - Histogramas de Frecuencia
 - Diagrama de Pastel

8. Tabla de Contenido

CAPÍTULO I: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE PROCESOS EN LAS LAVANDERÍAS

1.1 Origen de las lavanderías

1.1.1 Evolución del Lavado

1.2 Tipología y Características de las Lavanderías

1.2.1 Lavandería o Tintorería Estándar

1.2.2 Lavandería Industrial

1.2.3 Lavandería Autoservicio

1.3 Lavanderías en la República Dominicana

1.4 Procesos realizados en las lavanderías

1.4.1 Clasificación de Prendas

1.4.2 Lavado

1.4.3 Lavado en Seco

1.4.4 Secado

1.4.5 Planchado

- 1.4.6 Empaquetado
- 1.4.7 Sastrería
- 1.5 Simbología del lavado y cuidado de prendas
- 1.6 Aplicación de la metodología Lean Services en procesos de atención al cliente
 - 1.6.1 Técnicas de la metodología Lean Services aplicables a la gestión de procesos

CAPÍTULO II: ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2018

- 2.1 Antecedentes de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry
- 2.2 Descripción de la Estructura Organizacional de la Empresa
- 2.3 Descripción de los procesos de atención al cliente en la Lavandería Lab Cleaner & Laundry
- 2.4 Análisis FODA
- 2.5 Aspectos Metodológicos utilizados para el desarrollo de la Investigación
 - 2.5.1 Tipos de Estudios
 - 2.5.2 Métodos
 - 2.5.3 Fuentes y Técnicas
 - 2.5.4 Tratamiento de la Información
- 2.6 Análisis de cuestionarios, guías de observación y entrevistas

CAPÍTULO III: PROPUESTA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN SERVICES PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY

- 3.1 Introducción de la Propuesta de Implementación
- 3.2 Objetivos de la Propuesta de Implementación
 - 3.2.1. Objetivo General

- 3.2.2. Objetivos Específicos
- 3.3 Justificación de la Propuesta de Implementación
- 3.4 Técnica seleccionada de la metodología Lean Services para la implementación de la propuesta
- 3.5 Implementación de la propuesta basada en la técnica de las 5S
- 3.6 Propuestas adicionales para el mejoramiento del servicio
- 3.7 Costo de Implementación de la Propuesta
- 3.8 Plan de Implementación de la Propuesta

9. Bibliografía Preliminar

Aiteco Consultores. (2016). *Qué es un Diagrama de Flujo – Gestión de Procesos*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/que-es-un-diagrama-de-flujo/>

Asociación de Industria de la República Dominicana (AIRD). (2018). *Desarrollo de PYME*. Obtenido de Portal Industrial de la República Dominicana: <http://portalindustrial.net/index.php/desarrollo-empresarial/desarrollo-de-pyme>

Asociación Española para la Calidad (AEC). (2018). Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/lean-management>

Carbonell, I. G. (s.f.). *TIEMPO CERO*. Obtenido de www.tiempocero.cl/

ConceptoDefinicion.de. (2014). *Definición de Layout*. Obtenido de conceptodefinicion.de/layout/

CreceNegocios. (14 de Octubre de 2013). *Valor Agregado*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/valor-agregado/>

Jones, D., & Womack, J. (2003). En *Lean Thinking*.

Kaizen Institute. (1995). *¿Qué es Kaizen?* Obtenido de <https://mx.kaizen.com/nosotros/definicion-de-kaizen.html>

Lean Enterprise Institute. (2018). *¿Qué es Lean?* Obtenido de <https://www.lean.org/>

Lean Solutions. (2017). *Metodología 5S*. Obtenido de www.leansolutions.co/conceptos/metodologia-5s/

Manufactura Inteligente. (2015). *Cómo hacer Gemba en kaizen con el equipo de trabajo*. Obtenido de www.manufacturainteligente.com/hacer-gemba-en-kaizen-con-el-equipo-de-trabajo/

Norambuena Carbonell, G. (16 de Junio de 2016). *TIEMPO CERO*. Obtenido de TIEMPO CERO: www.tiempocero.cl/

Real Academia Española (RAE). (2017). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=UkRCZQL>

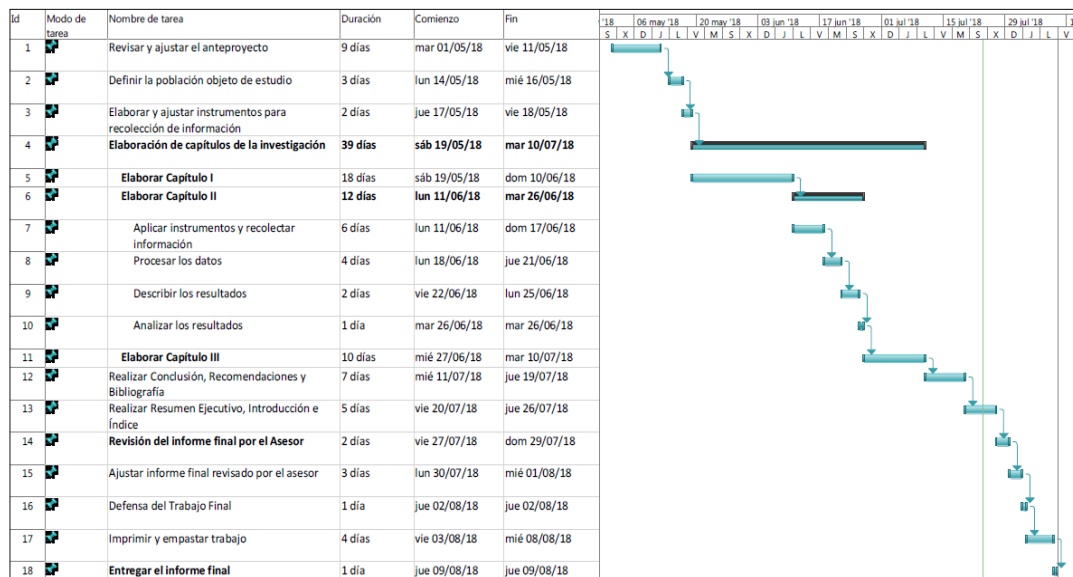
SPC Consulting Group. (25 de Febrero de 2013). *7 Mudras*. Obtenido de <https://spcgroup.com.mx/7-mudras/>

Tecnológico de Monterrey. (2011). *Glosario de Términos*. Obtenido de http://lean.mty.itesm.mx/glosario_de_terminos/glosario_de_terminos.html

WOMACK, J. J. (2003). *Lean Thinking*. En J. J. WOMACK. London.

10. Cronograma

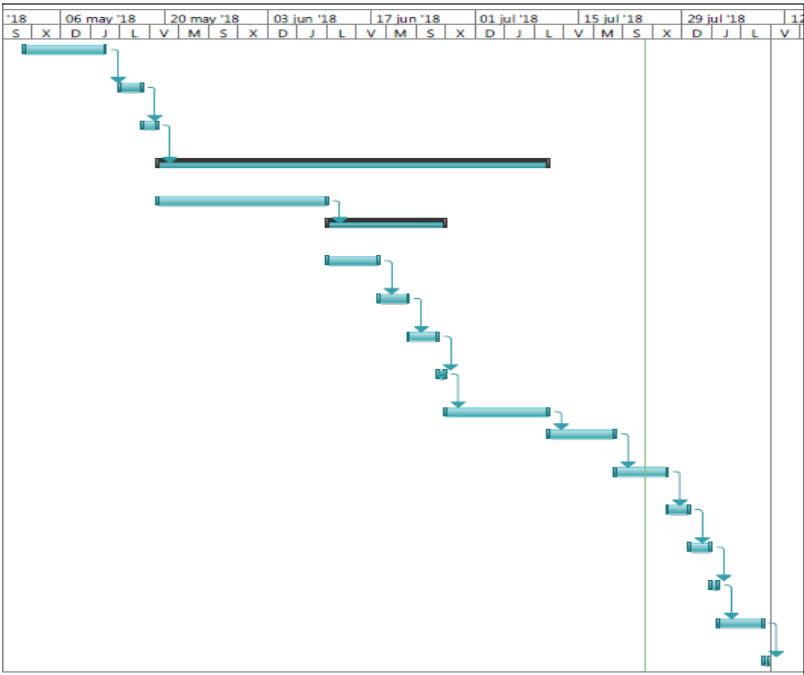
Cronograma completo



Detalle de las Fechas

Id	Modo de tarea	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
1		Revisar y ajustar el anteproyecto	9 días	mar 01/05/18	vie 11/05/18
2		Definir la población objeto de estudio	3 días	lun 14/05/18	mié 16/05/18
3		Elaborar y ajustar instrumentos para recolección de información	2 días	jue 17/05/18	vie 18/05/18
4		Elaboración de capítulos de la investigación	39 días	sáb 19/05/18	mar 10/07/18
5		Elaborar Capítulo I	18 días	sáb 19/05/18	dom 10/06/18
6		Elaborar Capítulo II	12 días	lun 11/06/18	mar 26/06/18
7		Aplicar instrumentos y recolectar información	6 días	lun 11/06/18	dom 17/06/18
8		Procesar los datos	4 días	lun 18/06/18	jue 21/06/18
9		Describir los resultados	2 días	vie 22/06/18	lun 25/06/18
10		Analizar los resultados	1 día	mar 26/06/18	mar 26/06/18
11		Elaborar Capítulo III	10 días	mié 27/06/18	mar 10/07/18
12		Realizar Conclusión, Recomendaciones y Bibliografía	7 días	mié 11/07/18	jue 19/07/18
13		Realizar Resumen Ejecutivo, Introducción e Índice	5 días	vie 20/07/18	jue 26/07/18
14		Revisión del informe final por el Asesor	2 días	vie 27/07/18	dom 29/07/18
15		Ajustar informe final revisado por el asesor	3 días	lun 30/07/18	mié 01/08/18
16		Defensa del Trabajo Final	1 día	jue 02/08/18	jue 02/08/18
17		Imprimir y empastar trabajo	4 días	vie 03/08/18	mié 08/08/18
18		Entregar el informe final	1 día	jue 09/08/18	jue 09/08/18

Línea de tiempo



11. Presupuesto

Ingresos (\$)		Egresos (\$)	
Recursos Propios	\$33,752.00	Costos Servicios Personales	
		Inscripción del Período: 2 del Año: 2018, Nivel: MGP	\$ 9,740.00
		Pago Asignatura Trabajo Final o Tesis - MGP605	\$ 7,812.00
		Recursos Tecnológicos	\$ 1,200.00
		Costos Generales	
		Impresiones	\$ 4,000.00
		Viáticos	\$ 1,000.00
		Transporte	\$ 5,000.00
		Otros gastos	\$ 5,000.00
Total ingresos	\$33,752.00	Total egresos	\$33,752.00

12. Anexos

Lab Cleaner & Laundry Desempeño de los Empleados de Atención al Cliente Guía de Observación

Objetivo: Registrar las acciones de los empleados del área de Atención al Cliente de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

Fecha: _____ Hora: _____

Servicios Solicitados por el Cliente:

Servicio no 1 _____

Hora de inicio _____ Hora de finalización _____

Alguna dificultad: Sí _____ No _____

Especifique

Necesitó ayuda de otros: Sí _____ No _____

Especifique

Otras acciones de lo observado:

Servicios Solicitados por el Cliente:

Servicio no 2 _____

Hora de inicio _____ Hora de finalización _____

Alguna dificultad: Sí _____ No _____

Especifique

Necesitó ayuda de otros: Sí _____ No _____

Especifique

Otras acciones de lo observado:

Lab Cleaner & Laundry
Encuesta Sobre Satisfacción del Cliente

Objetivo: Identificar el nivel de satisfacción de los clientes que solicitan y reciben los servicios de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

CUESTIONARIO

Marque con una X encima de la raya que aparezca asociada a la respuesta que considere seleccionar.

Datos personales

Sexo F ____ M ____

Edad: 18 a 25 ____ 26 a 33 ____ 34 a 41 ____ 42 a 49 ____ más de 49 ____

Reside en:

San Cristóbal ____ Santo Domingo Este ____ Santo Domingo Norte ____ Santo Domingo Oeste ____
Distrito Nacional ____ Otro ____

¿Labora actualmente?

Sí ____ No ____ Empleado Público ____ Empleado Privado ____

En caso afirmativo indique lo siguiente:

Sobre el servicio que recibe en las instalaciones de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry

- 1 Tipos de servicios que utiliza:
a) Lavado ____
b) Planchado ____
c) Lavado y Planchado ____
d) Otro (especifique) ____

¿Por qué utiliza los servicios de la Lavandería Lab Cleaner and Laundry?

Calidad ____ Precio ____ Servicio ____ Comodidad ____ Tiempo de entrega ____
Otro ____ En caso de seleccionar "Otro", favor indique: _____

Rellenar el círculo que más se acerque a la percepción del servicio recibido en la escala del 1 al 5, siendo el lado izquierdo (- menos satisfecho)

Actitud y atención del Colaborador/Empleado que le atendió

- Satisfecho ○ ○ ○ ○ ○ + Satisfecho

Cumplimiento de los requisitos esperados del lavado / acabado

- Satisfecho ○ ○ ○ ○ ○ + Satisfecho

Cumplimiento del tiempo de entrega de su ropa

- Satisfecho ○ ○ ○ ○ ○ + Satisfecho

¿El precio se adapta a la calidad del servicio que recibe?

- Satisfecho ○ ○ ○ ○ ○ + Satisfecho

Claridad y exactitud de las facturas recibidas

- Satisfecho ○ ○ ○ ○ ○ + Satisfecho

¿Cuál es su grado de satisfacción general sobre el servicio que recibe?

- Satisfecho ○ ○ ○ ○ ○ + Satisfecho

¿Qué otro tipo de servicio le gustaría recibir de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry que actualmente no recibe?

¿Recomendaría los servicios de la Lavandería Lab Cleaner & Laundry a otras personas?

Sí ____ No ____ En caso de su respuesta ser "No", por favor explique su respuesta: _____

Gracias por la información suministrada y por el tiempo dedicado en el llenado de estas preguntas.

Objetivo: Conocer las opiniones de los colaboradores que brindan los servicios de la lavandería para identificar oportunidades y mejoras que pudieran ser implementadas en beneficio del logro del aumento de la satisfacción de los clientes.

Datos generales del entrevistado.

Cuestionario

--

--

--

--

ANEXO 2



SOLICITUD Y AUTORIZACIÓN EMPRESARIAL PARA REALIZACIÓN DE TRABAJO FINAL

Yo, YOSMARLIN FRANCESCA GERMÁN PÉREZ, cédula 223-0094090-9, matrícula de la Universidad APEC 2016-2057, estudiante de término del programa de MAESTRÍA EN GERENCIA Y PRODUCTIVIDAD, cursando la asignatura de trabajo final, solicita la autorización de LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY para realizar mi trabajo final sobre IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA LEAN SERVICES PARA LA MEJORA DE PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2018 y acceder a las informaciones que precisaré para este fin.

Este trabajo tiene por objetivo aportar en EL INCREMENTO DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES QUE UTILIZAN LOS SERVICIOS DE LA LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY, IMPLEMENTANDO MEJORES PRÁCTICAS DE LA METODOLOGÍA LEAN SERVICES.

Yosmarlin F. Germán Pérez (Firma)

Yo, JOSÉ RAFAEL ÁLVAREZ URBAEZ, PROPIETARIO LAVANDERÍA LAB CLEANER & LAUNDRY, cédula 002-0130781-6, autorizo a realizar el trabajo final arriba señalado y que el mismo podrá:

- ☒ Utilizar el nombre de la empresa ☐ Utilizar un pseudónimo
- ☒ Ser expuesto ante compañeros, profesores y personal de la Universidad APEC
- ☒ Incluido dentro del acervo de la Biblioteca de UNAPEC
- ☒ Aplicado en el área correspondiente dentro de la empresa si responde a las necesidades diagnosticadas.

Rafael Álvarez Urbáez (Firma y sello)

A rectangular blue ink stamp is placed over the signature. It contains the text 'Lab Cleaner & Laundry' at the top, followed by the date '10 ABR 2018' in red ink.