



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
LOS OPERADORES TURÍSTICOS EN EL MUELLE DEL CHACO
EN RELACIÓN AL PROCESO DE RECEPCIÓN A LOS
VISITANTES AL CIRCUITO TURÍSTICO DE LAS ISLAS
BALLESTAS – ICA APLICANDO LA METODOLOGÍA DE LAS 5S**

**PRESENTADA POR
KATYA NORA LOPEZ GALVEZ**

**ASESOR
RICARDO CRISTIAN IZQUIERDO VIVAS**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

LIMA – PERÚ

2019



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

SECCIÓN DE POSGRADO

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
LOS OPERADORES TURÍSTICOS EN EL MUELLE DEL CHACO EN
RELACIÓN AL PROCESO DE RECEPCIÓN A LOS VISITANTES AL
CIRCUITO TURÍSTICO DE LAS ISLAS BALLESTAS – ICA
APLICANDO LA METODOLOGÍA DE LAS 5S**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

**PRESENTADOR POR:
KATYA NORA LOPEZ GALVEZ**

**ASESOR:
MBA. RICARDO CRISTIAN IZQUIERDO VIVAS**

LIMA, PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedico esta tesis con mucho amor y respeto a mis padres James López Padilla y Nora Gálvez Salvatierra, por el apoyo incondicional que me brindan día a día.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, a Dios, por darme aliento para desarrollar el presente estudio. Así mismo, deseo agradecer a mis docentes, que gracias a sus enseñanzas he concluido mi trabajo de tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Página

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
ÍNDICE DE CONTENIDO	IV
ÍNDICES DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VI
RESUMEN	VII
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA	11
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2.1 <i>Problema General</i>	17
1.2.2 <i>Problemas específicos</i>	17
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	18
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	18
1.4 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 ANTECEDENTES.....	21
2.2 BASES TEÓRICAS	23
2.2.1 <i>Calidad</i>	23
2.2.2 <i>Servicio</i>	32
2.2.3 <i>Calidad del servicio</i>	37
2.2.4 <i>Calidad de Servicio Turístico</i>	43
2.2.5 <i>Satisfacción</i>	44
2.2.6 <i>Matriz FODA</i>	45
2.2.7 <i>La filosofía Kaisén</i>	46
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:.....	49
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO.....	51
3.2 PROCEDIMIENTO DE MUESTREO POBLACIÓN	52
3.3 MUESTRA.....	52
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	54
4.1 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE DEL INSTRUMENTO	54
4.1.1 <i>Validez de instrumento</i>	54
4.1.2 <i>Consolidado de la Lista de Cotejo correspondiente a las 10 empresas operadoras de turismo</i>	54
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	60
CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE MEJORA	66
6.1 DIAGNÓSTICO	66
6.1.1 MATRIZ FODA	66
6.1.2 INDICADORES.....	67
6.2 IMPLEMENTACIÓN DE LOS CÍRCULOS DE CALIDAD DE ISHIKAWA	69

6.2.1 PLAN DE TRABAJO DEL CÍRCULO DE CALIDAD	69
IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO DE SERVICIOS INTEGRALES.....	69
IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE LAS 5S Y POSTERIOR TRABAJO ENTRE LA EMPRESA Y EL INVESTIGADOR.	70
6.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	71
6.4 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS DE LA PROPUESTA.....	73
RECURSOS HUMANOS	73
RECURSOS MATERIALES.....	74
6.5 PRESUPUESTO DEL PROYECTO PARA SU IMPLEMENTACIÓN	74
6.6 CRONOGRAMA.....	74
CONCLUSIONES.....	75
REFERENCIAS	77

ÍNDICES DE TABLAS

Tabla 1 Tabla de operacionalización de variable:	20
Tabla 2 Lista de cotejo Indicador Seiri/Clasificación	55
Tabla 3 Lista de cotejo Indicador Seiton/Organización	56
Tabla 4 Lista de cotejo Indicador Seiso/Limpieza	57
Tabla 5 Lista de cotejo Indicador Seiketsu/ Bienestar	58
Tabla 6: Lista de cotejo Indicador Shitzuke/Disciplina.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Zona de embarque Circuito Turístico Islas Ballestas.....	13
---	----

RESUMEN

El presente trabajo de investigación plantea una serie de propuestas de mejora en el servicio turístico hacia las Islas Ballestas, que desarrolla un grupo de empresas poco formalizadas en el Muelle del Chaco, en la Bahía de Paracas.

La observación realizada se basa en un instrumento denominado “Lista de Cotejo”, el mismo que recoge los principales aspectos que determinan los principios de cada valor del Kaisén, y que son determinantes para la calificación objetiva de cada aspecto presentado en el desarrollo del servicio referido. La aplicación del instrumento antes mencionado, permitió describir las actuales características del servicio turístico estudiado, y, paralelamente, permitió detallar las acciones principales, de manera puntual y factible, que han de llevarse a cabo para materializar un escenario de calidad, que asegure los estándares del servicio y que brinde las garantías de cumplimiento de aspectos legales, que de hecho afectan a la gestión y administración del servicio.

La presente investigación, evidencia la necesidad de aplicar estándares que permitan generar una analítica de información que facilite desarrollar círculos de calidad y haga consciente a los prestadores del servicio acerca de los riesgos por la falta aseguramiento de la calidad y sus consecuencias legales.

La realización del estudio ha permitido vislumbrar la necesidad de una convergencia de diversos actores sociales, como empresas, gobiernos locales y regionales, estudiantes universitarios y de institutos y los propios clientes con el fin de generar un modelo de servicio e insertar al circuito de las Islas Ballestas en un nivel de clase mundial.

ABSTRACT

The present research research project proposes a series of proposals for improvement in the tourist service to the Ballestas Islands, which is developed by a group of less formalized companies in the Chaco dock, in the Bay of Paracas.

The observation made is based on an instrument called "Check List", which includes the main aspects that determine the principles of each value of the Kaisén, and that are determinants for the objective qualification of the home aspect presented in the development of the referred service. The application of the aforementioned instrument allowed describing the current characteristics of the tourist service studied, and, in parallel, allowed to detail the main actions, in a timely and feasible manner, that have to be carried out to materialize a quality scenario, which ensures the standards of the service and that provides the guarantees of compliance with legal aspects, which in fact affect the management and administration of the service.

The present investigation evidences the need to apply standards that allow the generation of an analytical information that facilitates the development of quality circles and makes the service providers aware of the risks due to the lack of quality assurance and its legal consequences.

The realization of the study has allowed to glimpse the necessity of a convergence of diverse social actors, like companies, local and regional governments, university students and of institutes and the own clients with the purpose of generating a model of service and to insert to the circuit of the Islands Crossbows on a world class level.

INTRODUCCIÓN

El actual escenario de desarrollo económico alcanzado por el Perú durante los últimos años, ha incrementado de manera significativa el sector económico de los servicios y en especial el de los servicios turísticos.

Sin embargo, el nivel de competitividad difiere mucho de los logros económicos, restándole ventajas sostenibles en el largo plazo a causa de la ausencia de innovación tecnológica en muchos sectores de la actividad económica nacional. El emprendimiento se ve afectado por las altas tasas de quiebras empresariales a causa justamente de la ausencia de técnicas o tecnologías que brinden alineamiento entre las demandas de los clientes o usuarios y los recursos y capacidades empresariales.

Realizar investigaciones que permitan evidenciar modelos de gestión exitosos es un paso fundamental para que empresas, en este caso, operadores turísticos, adopten, adapten y creen modelos acordes con el contexto interno y externo de sus negocios y reditúe beneficios económicos desde un enfoque cliente céntrico y financiero.

El presente estudio titulado *Propuesta de mejora de la calidad del servicio de los operadores turísticos en el muelle del chaco en relación al proceso de recepción a los visitantes al circuito turístico de las Islas Ballestas – Ica aplicando la metodología de las 5s* fue realizado con el objetivo de determinar la calidad del servicio turístico que ofrecen los operadores turísticos que trabajan en el muelle del Chaco. Esta investigación nace de la problemática existente en el proceso de recepción a la llegada de los turistas a tomar los servicios ofrecidos para el circuito turístico de las Islas Ballestas.

En el primer capítulo, vamos a desarrollar la descripción de la problemática que existe en el embarcadero del Chaco ubicado en las Islas Ballestas – Ica, donde hemos podido apreciar el desorden e informalidad con que están trabajando los operadores turísticos de esa zona, que aun siendo operadores formales y reconocidos por la DIRCETUR - ICA, no toman en cuenta la importancia de la calidad de servicio al cliente, definiremos así el planteamiento del problema, para luego definir los objetivos del estudio y la importancia de la investigación a fin de explicar que en la zona se requieren urgentes cambios para mejorar la calidad del servicio y llegar a la satisfacción del cliente. Dentro del segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico que se refiere a los antecedentes nacionales e internacionales del presente estudio, se plantean las bases teóricas con la descripción detallada de cada una de las variables del estudio y la definición de términos básicos. El tercer capítulo comprende la metodología, referida al enfoque, tipo, método y diseño de la investigación, la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos aplicados que en este caso trabajamos con una lista de cotejo que se elaboró tomando en cuenta la metodología de las 5s. Finalmente, el capítulo cinco trata de los resultados, en el que se presenta la selección, validez y confiabilidad del instrumento, con el apoyo de tablas y la discusión de los resultados. La tesis consigna además las conclusiones, referencias bibliográficas consultadas y los apéndices.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Determinación del Problema

Dentro del escenario turístico en observación, las Islas Ballestas se encuentran ubicadas a 260 Km. al sur de la ciudad de Lima, aproximadamente a 4 horas en auto, más 30 minutos en lancha. Se encuentran conformadas por tres islas: Ballesta Norte, Ballesta Centro y Ballesta Sur; estas islas son de suma importancia debido a su privilegiada vista donde podemos observar gran cantidad de fauna que habita en esta zona, tales como: Lobos marinos, pingüinos de Humboldt y aves guaneras, sin dejar de lado la fascinante belleza escénica y paisajística que representa, lo que motiva la visita de turistas durante todas las épocas del año. Cabe recalcar, que las Islas Ballestas pertenecen a la Reserva Nacional Sistema de Islas Islotes y Puntas Guaneras–RNSIIPG- y es una de las 76 áreas naturales protegidas que conforman el Sistema Nacional de áreas naturales protegidas del Perú.

El servicio turístico en el Circuito de las Islas Ballestas, involucra a

Operadores Turísticos, zonas de embarque, diversos sectores competentes como Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas SERNANP, Municipalidad de Pisco, Dirección de Capitanía del Puerto de Pisco, entre otros. Pero, debido a la informalidad en la que se desarrollan las actividades y, a pesar de ser el principal destino turístico marino costero del país, hacen que el servicio se realice de manera deficiente, según lo afirmado por el Jefe de la Reserva Nacional Sistema de Islas, islotes y Puntas Guaneras RNSIIPG, en entrevista realizada por el equipo de la presente investigación, así como por la observación realizada.

Actualmente operan 20 empresas turísticas en la zona de Paracas, los mismos que cuentan con guías de la zona que cobran por su servicio en promedio S/. 50 nuevos soles. La información proporcionada por cada operador carece de estándares y uniformidad, generando en la mayoría de casos, confusión entre los visitantes.

Del mismo modo, el servicio ofrecido por algunos operadores, no es uniforme en relación a la atención y calidad del servicio brindada hacia el visitante, esto se debe a la falta de preparación, capacitación e informalidad de los mismos. Estos operadores, en su mayoría de las zonas de Ica y Pisco, han venido creciendo conforme a la demanda del turismo, priorizando únicamente la compra de embarcaciones, dejando de lado su preparación como empresas de turismo, para estar al nivel del servicio que se les debe brindar a los visitantes.

Actualmente, según lo observado, existen 3 zonas de embarque: el Muelle artesanal del Chaco, Muelle del Hotel Paracas y el muelle Yatch Club, donde los turistas se embarcan y zarpan con destino al circuito turístico de Islas Ballestas.



Figura 1
Zona de embarque Circuito Turístico Islas Ballestas

Fuente: RNSIIPG – Sector Sur Medio

La problemática se encuentra en el Muelle Artesanal del Chaco, donde se concentra la mayoría de las embarcaciones turísticas llegando en ciertas temporadas a salir 14 embarcaciones por turno, siendo que cada turno dura aproximadamente 2 horas y se realiza según el siguiente proceso, de acuerdo a los datos obtenidos del recorrido realizado en las lanchas turísticas “El Mesías” de Carmen Pacheco y “Pingüino I” de Paracas Overland:

Llegada del turista al muelle del Chaco.

El Muelle del Chaco es un muelle artesanal de pescadores que es utilizado de manera improvisada para el ingreso de los turistas a las embarcaciones.

Al ser un muelle de pescadores, éstos realizan su trabajo de manera habitual delante de los turistas, descargando muchas veces sus canastas de pescado, producto de su trabajo de la noche anterior, sin un adecuado cuidado e higiene.

Otros casos que se presentan en el muelle, es la desconsideración al turista, ya

que de manera irrespetuosa los pescadores se comunican entre ellos mediante groserías, gritando, peleando entre ellos, llegando inclusive a la falta de respeto directa, con las consecuentes incomodidades y mala impresión.

Es importante mencionar que el muelle artesanal del Chaco cuenta con la presencia de la Dirección de Capitanías y Guardacostas de Pisco DICAPI, Ministerio de la Producción PRODUCE y el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas SERNANP.

Compra del paquete turístico a Islas Ballestas.

Existen dos modalidades de servicio para la compra del paquete turístico: la primera, cuando el turista ya viene con paquete turístico comprado desde su lugar de procedencia y la segunda, cuando el turista llega al muelle a comprar el circuito a las Islas Ballestas.

En el caso de la segunda modalidad -materia del presente estudio- el turista llega al Muelle del Chaco como “visitante libre” y normalmente desconoce cómo visitar el atractivo; podemos decir entonces que el desarrollo de la actividad turística en esta zona y bajo ésta modalidad (que representa la gran mayoría de visitantes a la zona) presenta una gran informalidad, debido a los llamados “JALADORES”, quienes aprovechándose del desconocimiento de los visitantes les cobran sumas superiores a los que se dan con normalidad, asimismo, generan presión en el visitante produciéndole malestar a su llegada, ya que lo abordan más de 10 jaladores a la vez. Los “JALADORES”, son residentes en su mayoría y poseen un amplio conocimiento de la zona, su trabajo informal, es convencer al visitante para tomar cualquier tour. Ellos ganan una comisión por parte de los dueños de éstas empresas.

La única actividad de estas personas es vender el paquete, llegan a obviar información o tergiversarla para lograr la venta, llegando incluso a presionar y maltratar a los visitantes con la finalidad de vender a un precio mayor el tour a las Islas Ballestas.

Es así que los llamados “visitantes libres”, muchas veces por su desconocimiento, tienen que enfrentarse a éstas personas y comprar el paquete turístico que mejor le convenga y sin un recibo que le garantice el pago por la compra del paquete.

Pago por derecho de ingreso a las Islas Ballestas.

Al ser las Islas Ballestas un área natural protegida del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas del Perú y pertenecer a la Reserva Nacional Sistema de Islas Islotes y Puntas Guaneras -RNSIIPG- se considera un derecho de ingreso al área, que es de S/. 10.00 Nuevos Soles por adulto y S/. 5.00 nuevos soles por niño. Este monto no se encuentra incluido en el paquete comprado, generando de éste modo incomodidad en el turista, quien alude la falta de aviso por éste pago, puesto que al comprarlo de manera informal los “Jaladores” desaparecen una vez realizada su compra y no hay opción a reclamo.

Cabe mencionar, que el personal de la RNSIIPG realiza el cobro de una manera muy peculiar, ya que no cuentan con una caseta de control de boletos en el mismo lugar de embarque, pues éste se realiza en medio de la calle una vez que ya tienen el paquete comprado, la informalidad de éste cobro genera suspicacia por parte del turista que desconfía en hacer el pago al guardaparque de la mencionada reserva.

En el mes de noviembre del año 2013 la Concesionaria Ocean Planet

Paracas SAC puso en funcionamiento la “Marina Turística de Paracas” ubicada en el Sub-lote E de la playa el Chaco – La Puntilla, cuyo principal objetivo es brindar un adecuado servicio de embarque a los turistas, ésta se encuentra conformada por un Embarcadero Turístico que incluye un muelle de 120 m. de longitud y algunos servicios complementarios como sala de espera, estacionamiento, sala de información, servicios higiénicos, cafetería, entre otros.

Esta obra se desarrolló gracias al Estado Peruano a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR - Plan COPESCO Nacional y la Agencia de Promoción de la Inversión privada (PROINVERSION).

Las tarifas consideradas en el muelle turístico se dividen en dos: Para el turista el cobro por embarque es de S/. 5.00 nuevos soles incluido IGV por persona y para las embarcaciones que ofrecen servicios de transporte a los turistas, es decir por uso del muelle y zarpe el costo es de S/. 17.00 nuevos soles incluido IGV.

El muelle turístico construido exclusivamente para los turistas que embarcan a las Islas Ballestas era la solución a la problemática planteada anteriormente, pues es el objetivo principal de su construcción fue mejorar el servicio brindado al turista.

Lamentablemente esta solución no fue la adecuada, pues muchas de las empresas encargadas de operar el servicio no utilizan sus instalaciones, según se pudo observar en la visita de estudio realizada. Una de las razones por las cuales estas empresas se niegan a utilizar las instalaciones del nuevo muelle es principalmente por el alto costo que implica tanto para turistas como para el zarpe de las embarcaciones, otra de las razones es por la informalidad con la que se trabaja, pues los turistas por desconocimiento llegan al antiguo muelle y los

jaladores de las agencias operadoras los esperan y los embarcan en ese muelle.

Al no existir un control por parte de las autoridades los operadores actúan de manera independiente sin darse cuenta que el afectado es el turista por el mal servicio ofrecido.

Cabe recalcar que, al encontrarse los dos muelles habilitados para el zarpe de embarcaciones de turistas, el SERNANP envía a su personal guardaparque a realizar el cobro en los dos muelles, siendo de manera igualitaria en los dos lugares, es decir sin una caseta de control o un espacio adecuado para el cobro de los impuestos por visitar un área natural protegida, según como se mencionó anteriormente;

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

P.G. ¿De qué manera se puede mejorar la calidad del servicio de los operadores turísticos en el muelle del chaco en relación al proceso de recepción a los visitantes al circuito turístico de las Islas Ballestas – ICA aplicando la metodología de las 5s?

1.2.2 Problemas específicos

P.E.1 ¿Cuáles son los factores de la metodología de las 5s que influyen en mejora de la calidad del servicio que ofrecen los operadores turísticos en el proceso de recepción de los turistas que visitan las Islas Ballestas ICA?

P.E.2 ¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio de los visitantes con respecto al proceso de recepción brindado por los operadores turísticos de las Islas Ballestas ICA?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

O.G. Determinar de qué manera se puede mejorar la calidad del servicio de los operadores turísticos en el muelle del chaco en relación al proceso de recepción a los visitantes al circuito turístico de las Islas Ballestas – ICA aplicando la metodología de las 5s.

1.3.2 Objetivos específicos

O.E.1 Determinar los factores de la metodología de las 5s que influyen en mejora de la calidad del servicio que ofrecen los operadores turísticos en el proceso de recepción de los turistas que visitan las Islas Ballestas ICA

O.G.2 Conocer la percepción de la calidad del servicio de los visitantes con respecto al proceso de recepción brindado por los operadores turísticos de las Islas Ballestas ICA.

1.4 Importancia de la investigación

Las Islas Ballestas representan el principal destino turístico de naturaleza marino costera del país, caracterizado por su belleza paisajística y por la diversidad marina que alberga como los lobos marinos, pingüinos y aves guaneras, recibiendo una afluencia de visitantes en promedio de 200 mil al año, generando importantes ingresos económicos para la zona de Paracas que es atendida por 20 operadores turísticos locales, los mismos que no presentan estándares de calidad en su servicio siendo variable de acuerdo a las temporadas y a la demanda turística.

La presente investigación podría, como objetivo ulterior, motivar a los operadores a comprender la importancia de la calidad como elemento generador de reputación de marca e institucional, elemento competitivo diferenciador, generador de innovaciones en el servicio y sobretodo, generador de beneficios y sostenibilidad económicos.

La metodología propuesta para el presente estudio, es de un diseño de investigación no experimental, con un nivel descriptivo, el cual se desarrolló una investigación documental para definir las características que debe contar un servicio y además una investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente; por lo que se realizó la investigación de campo apoyada por un instrumento denominado “Lista de Cotejo”, el mismo que presenta aquellas características, de acuerdo a las bases teóricas, que debe presentar una organización para definirse dentro del contexto del Kaisén o 5s

Para lo cual hemos propuesto el siguiente esquema a seguir, a modo operacionalización de variable:

Tabla 1

Tabla de Operacionalización de variable:

VARIABLE: Gestión de la Calidad de Servicio.

DIMENSIÓN: Metodología de Kaisén 5s: Es una metodología que ayuda a identificar el contexto bajo el que se desarrolla los principales procesos y actividades que se realizan en una determinada empresa.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	NIVEL/RANGO
GESTIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO	KAISEN 5S	Seiri / Clasificación	Del 1.1 Al 1.7	Mala (1) Regular (2) Buena (3) Muy Buena (4) Excelente (5)
		Seiton / Organización	Del 2.1 Al 2.7	
		Seiso / Limpieza	Del 3.1 Al 3.5	
		Seiketzu / Bienestar Social	Del 4.1 Al 4.3	
		Shitzuke / Disciplina	Del 5.1 Al 5.4	

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Ramos (2009), en la primera etapa de su estudio, empleó la metodología inductiva – deductiva, que le permitió determinar cuáles fueron las causas de los fallos en los intentos anteriores de implementar la metodología de las 5S en las áreas productivas en estudio, así mismo utilizó el método de observación por entrevista, básicamente a las personas que fueron involucradas en los intentos anteriores de implementar la metodología en la empresa. En su propuesta concluye que para lograr el éxito de la implementación de la metodología en la empresa, requiere del involucramiento directo de la población productiva –operadores para el caso del presente estudio- de la misma, con lo que la probabilidad de éxito se maximiza al disminuirse con el involucramiento, la posible resistencia al cambio, además que la gerencia debe conocer a la perfección que la metodología empleada trae grandes beneficios, pero no siempre son percibidos a corto plazo, esto para no perder la credibilidad de la metodología.

Para Carmona (2012) la implementación de la metodología de aplicación de las 5s debe considerar, para ser efectiva, dos puntos fundamentales que son: compromiso y planeación y organización. En cuanto a los resultados de la implementación de la metodología 5S, se llevó con gran éxito debido a la colaboración absoluta del personal que desde el inicio fue muy participativo y se sintió motivado con la implementación. Para el análisis situacional realizado se

contó con registros fotográficos lo que ayudo a conocer el estado actual de las áreas designadas para la implementación. En tal sentido, para el presente estudio será importante considerar los aspectos antes referidos con el fin de potenciar los resultados en la aplicación de la metodología 5S.

Jacho (2014) aplicó la metodología 9S utilizando un diseño de investigación descriptiva para cada uno de los principales procesos estudiados y se incluyó como población a todos los trabajadores, al igual que a todas las actividades operativas desarrolladas por ellos. En cuanto a los beneficios que se pudieron evidenciar en la recolección de datos fueron: la estandarización de los procesos productivos (agregadores de valor), la conciencia de mantener el área de trabajo limpia y libre de elementos que impidan u obstaculicen el trabajo, involucramiento al personal en la mejora organizacional, incremento del compromiso del personal con la empresa, mejora del clima organizacional, promoviendo la búsqueda constante de mejoras del proceso productivo.

Para Juárez (2009), el diseño de estudio referido a la aplicación de la metodología 5S corresponde a una investigación descriptiva ya que su finalidad es identificar todo el contexto bajo el que se desarrollan los principales procesos y actividades que se realizan en un departamento de cobros, las cuales se consideran clave –core business- para el buen funcionamiento de la empresa. En cuanto a los resultados, en la etapa referida a clasificar los objetos, se pudo observar los siguientes beneficios: mejoró la seguridad en el área de trabajo, se eliminó el exceso de gavetas y estantes, se eliminaron objetos obsoletos de las instalaciones y se mejoró el aspecto y el ambiente de trabajo y se eliminó el despilfarro de la papelería y un control de la documentación utilizada en los diferentes procesos del departamento, lo que brinda un adecuado desplazamiento

y reducción de niveles de estrés laboral. En la siguiente etapa de organización, se facilitó el acceso rápido a la información documental que se requieren para el trabajo, se mejoró la información en el sitio de trabajo para evitar errores y acciones de riesgo en el control de documentos, el aseo y limpieza se pueden realizar con mayor facilidad. Con lo que respecta a la disciplina se logró crear una cultura de apego a los lineamientos del departamento, se logró que el personal se encuentre motivado y participativo, logrando que cada empleado deje en condiciones óptimas su espacio de trabajo; de esta manera se puede lograr una estructura organizativa más horizontal, al estilo del downzising (achatamiento organizacional) que genera una cultura y clima coordinativo, colaborativo y cooperante (tres “C”).

Concluye que para lograr los resultados, éstos no dependen exclusivamente de la técnica, sino de las habilidades y conocimiento del asesor, asimismo, se considera que una de las principales limitantes de la metodología es su dualidad (técnica y cultura), ya que en un momento dado no quedan bien comprendidos sus objetivos y las formas de su aplicación. Recalca que, la propuesta de la metodología 5S proporciona un marco de trabajo que permitirá posteriormente a un departamento de cobros, mantener e incrementar la satisfacción de los usuarios centrándose en las necesidades y expectativas de los mismos, respecto de los servicios existentes en búsqueda de la mejora continua (Juárez, 2009).

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Calidad

Habiendo revisado a Claver, Molina, Tarí, Garvin, Reeves, Bednar, Moreno, Peris, González, Drummond, Deming, Juran, Palomino y otros autores. La calidad es el conjunto de características que influyen en la satisfacción del cliente,

relacionando de este modo las expectativas que tiene el cliente con la satisfacción.

Deming coincide con Lickson en que la calidad no es solo satisfacer la necesidad del cliente sino, exceder con valor agregado las expectativas de los clientes.

Del mismo modo la calidad se enfoca en diversas teorías, como la de Juran y su enfoque llamado “La trilogía de Juran” o procesos de planeación, control y mejora de la calidad la cual indica que la calidad depende de un producto y servicio, y si estos no satisfacen las necesidades de los clientes, entonces no se habla de buena calidad, otra de ellas es la de Walter E. Deming que busca mejorar constantemente y plantea 14 principios en base a la administración de la calidad para mantener un producto que sobrepase las expectativas del cliente, del mismo modo Philip B. Crosby y sus 14 puntos para lograr para lograr el “Cero defectos” y por último Kaoru Ishikawa con su método de las siete herramientas para lograr la implantación del control total de la calidad.

Corella (1998), estableció que:

La calidad responde a una complejidad de circunstancias subordinada a varios aspectos y un constructo de intangibilidades que lo representa. La idea de calidad se asocia al orden de lo bueno, señala, superior o excelente siendo su adjetivación contraria la “mala calidad”. Cuando alguien se refiere a alguna cosa de calidad supone algo “de la mejor clase” o “de primera calidad” según estime conveniente. (p.47)

El concepto de propiedad de la calidad, señala la autora, se asocia fuertemente al de “capacidad” superando la comparación de mejor o peor que otro producto o servicio, sino que se enfoca en conseguir el objetivo de satisfacer la

necesidad con a que el cliente se encuentra en conflicto.

Son dos aspectos formales en la definición de calidad como propiedad y capacidad: El cumplimiento que hace del objetivo propuesto y la relación que existe entre el coste de producción y dicho cumplimiento.

La calidad de un producto, señala, responde a la optimación de tres factores: Eficacia, como la capacidad de lograr el objetivo de satisfacción, Efectividad, como la capacidad de probar su eficacia y Eficiencia, como la relación entre la eficacia y el costo de producción.

Claver, Molina, & Tarí, (2011), citan a Garvin, (1988), Reeves y Bednar (1994), Moreno, Peris y González (2001) y definen a la calidad conforme a estas definiciones:

- a) Calidad como conformidad con las especificaciones,
- b) Como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente,
- c) Como valor y
- d) Como excelencia.

Olvera & Scherer (2009), define a la calidad como el “grado de satisfacción que obtiene el cliente en relación con la expectativa inicial, es un aspecto totalmente subjetivo y personal, sin embargo se debe buscar la forma de lograr la superación de esta satisfacción, no sólo cubrir una necesidad, sino ofrecer más”, de esta manera, debe comprenderse a la calidad, en el contexto del marketing actual, como la superación de las expectativas, más que como la satisfacción de las necesidades; hablamos entonces de un valor agregado que facilita la labor de

fidelización de los clientes con el consecuente aseguramiento de los beneficios económicos para la empresa (p.81)

Del Molino, y otros (2008), resaltan la definición de calidad, citando a Juran: “Calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades del consumidor” (p.79); por otro lado citan a Deming “La calidad consiste en exceder las necesidades y expectativas de los clientes a lo largo de la vida del producto” (p.45); complementando con lo que manifiesta Westinghouse “Calidad es el liderazgo de la marca en sus resultados, al satisfacer los requisitos del cliente haciendo la primera vez bien lo que haya que hacer” (p.90). Por último referencian a Espeso y Harvey quienes sostienen que “La calidad consiste en satisfacer las demandas del cliente” (p.103). Se puede resaltar el concepto de superación de expectativas como enfoque moderno en el actual contexto de los negocios, hecho que potencia la fidelización de los clientes en un negocio competitivo.

Drummond (1995), considera un aspecto holístico o integral en su concepto al afirmar que la “gestión de la calidad exige poner atención en la totalidad del sistema de transformación, es decir:

- En la calidad y adecuación de las materias primas que se reciben.
- En la manera en que estas materias primas entran, se almacenan y se transforman en el producto o servicio final.
- En la manera en que este producto o servicio final se entrega al cliente, se usa y se instala”.

La International Standarization for Organizations (2005), en la Norma ISO 9000:2005, Sistemas de Gestión de la Calidad, Fundamentos y Vocabulario, define

a la calidad como el grado en que un conjunto de características cumple con los requisitos. Por otro lado, define como capacidad a la aptitud de una organización, sistema o procesos para realizar un producto (bien o servicio) que cumple con los requisitos para ese producto. Desarrolla conceptos importantes para la prestación del servicio tales como: la estructura de la organización, la infraestructura, el ambiente de trabajo e incluye a los proveedores como parte de valor en la prestación del servicio final, estableciendo al final términos de conformidad o no conformidad.

La International Standardization for Organizations (2015) en la Norma ISO 9001:2015, Sistemas de Gestión de la Calidad, Requisitos, resalta el enfoque basado en procesos para desarrollar con eficacia un sistema de gestión de la calidad “para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos”.

Para ello, destaca la importancia de:

- a) La comprensión y el cumplimiento de los requisitos,
- b) La necesidad de considerar los procesos en términos que aporten valor,
- c) La obtención de resultados del desempeño y la eficacia del proceso, y
- d) La mejora continua de los procesos con base en mediciones objetivas.

Según Lickson Jeffrey (1994), citado en Palomino (2000), “La calidad es alcanzar o exceder con valor agregado las expectativas de los clientes”. Asimismo,

exige “conformidad con los requerimientos del cliente a través de servicios y productos, sin desperdicios ni defectos...menos procesos; menos pérdidas en ventas y desperdicios”, lo que configura un escenario de mejores resultados económicos para la empresa en el sentido del decremento de los costos de producción e incremento en la participación del mercado.; bajan los costos de producción y se incrementa la participación en el mercado.

El enfoque a procesos es fundamental para el desarrollo de sistemas de calidad, tanto en el desarrollo de bienes o servicios, siendo el fin el incremento de la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de sus requisitos. Este es un principio fundamental en todo sistema de calidad y debe aplicarse a todos los procesos de la empresa, sean éstos estratégicos, operativos, de soporte, seguimiento o medición. La norma ISO 9001-:2015 referida a los sistemas de gestión de la calidad, atribuye a los procesos propiedades sistemáticas en la interacción entre procesos propiamente y entre los procesos y los usuarios del servicio ofrecido, lo que contribuye, a su vez, en el logro de los objetivos de la organización. La configuración de procesos brinda una representación esquemática, mapa o plano de servicios que permite establecer puntos de seguimiento y medición específicos, impulsando a su vez, una gestión basada en riesgos, lo que impulsa la necesidad de mejorar continuamente la gestión de los procesos (Gómez, 2017)

Para Gómez (2017), las Normas ISO, referidas a la calidad, siempre han concebido un enfoque de riesgos para consolidar o asegurar la gestión de la calidad, en ese sentido, la documentación de los procesos es fundamental para establecer una línea base de control y seguimiento. Esos procesos documentados permiten relacionar las actividades con sus resultados y analizar la toma de decisiones

basadas en evidencias.

La imagen de la empresa (Cortés, 2017) es uno de los vectores fundamentales en la prestación de un servicio de calidad y son varios factores que influyen en ella: Accesibilidad, Comunicación, Flexibilidad, Comportamiento y Capacidad de respuesta. Estos factores, señala el autor antes citado, permiten al cliente formar sus percepciones sobre la organización que presta el servicio.

La imagen de la organización (Cortés, 2017) interactúa y se alimenta complementariamente a través de la percepción de los clientes sobre los trabajadores que son el contacto directo con los usuarios. Señala aspectos característicos y fundamentales, tales como:

- La presencia: referidos a la educación, aseo de los propios trabajadores.
- Empatía: respecto de sus necesidades a través de acciones directas como el contacto personal o a través de materiales gráficos, audiovisuales u otros.
- Corrección: recurriendo a los procedimientos o protocolos establecidos.

Cuatrecasas (2010) describe cuatro pilares fundamentales de la calidad total que involucran a los recursos tanto materiales como humanos para configurar esa “totalidad”, estos pilares son:

1. Ajustarse a los requerimientos del consumidor, orientando las actividades a satisfacer al destinatario del producto o servicio.
2. Eliminación total de los desperdicios, asegurando los procesos

con el mínimo de actividades y recursos colaborando con la disminución de costos y tiempos de entrega.

3. Mejora continua, permitiendo a la organización mejorar sus estándares producto de una curva de aprendizaje positiva.
4. Participación total de las personas involucradas en la organización como soporte para el cumplimiento de los tres pilares anteriores.

Explica que si bien la implantación de un sistema de gestión de calidad implica asumir unos costes, es también cierto que son mayores los costes de no aplicarla, en lo que determina como los costes de la calidad y los costes de la no calidad. Asevera que los costes de la no calidad, a diferencia de los costes de calidad, son difíciles de evaluar por su intangibilidad y por ello difíciles de reconocer. Entre los factores de estos costes se encuentran: la desmotivación (del personal y los clientes) por logros negativos, la sub actividad, la sobreactividad, pérdida de imagen.

Entonces, implementar un sistema de calidad en base a una línea base o estudio inicial, implica una inversión en costos que al inicio de la curva de aplicación es significativa por la inversión en prevención que luego se normaliza por efecto de aprendizaje y efectividad lográndose de ésta manera una zona óptima.

La correcta gestión de la empresa orientada a la calidad, afirma Cuatrecasas (2010), toma como punto de partida el cliente final de sus productos y servicios y sus requerimientos, lo que le permitirá configurar sus actividades y procesos de manera eficiente.

Galviz (2011), trata el tema de la calidad no solo desde el concepto de qué es la calidad, sino, además, sobre qué no es calidad. Advierte que este problema se profundiza por el cúmulo de suposiciones que sobre el término desarrolla la gente desde sus diversos roles. Señala que todo el mundo es partidario de ella y que todos la entienden. Ante tal contexto, sostiene que tal confusión se debe a cuatro suposiciones o confusiones:

1. Creen que calidad significa lujo, lo más caro, lo de marca.
2. Calidad es relativa a lo que el cliente desea, es cumplir con los requisitos
3. Consideran que calidad es solo cumplimiento de especificaciones técnicas del producto (Conformidad).

Se relaciona casi exclusivamente con los aspectos técnicos del producto, esto es, señala, calidad del producto o conformidad, pero la calidad se mide por el grado en que el producto responde o sirve a las expectativas y necesidades de los clientes. Entienden que es el resultado de control de calidad como efecto en el final del ciclo productivo.

El control radica en la responsabilidad de la calidad en el último eslabón de la cadena productiva lo cual exime de responsabilidad a lo largo del proceso anterior.

Definen la calidad como una creación del departamento o coordinación de calidad de una organización.

La calidad es responsabilidad total desde la dirección en la organización. La mala calidad tiene responsables en cada eslabón de la cadena productiva o función de la organización.

Luego de definir lo que no es calidad, pasa a definir lo que sostiene que sí es calidad y sostiene que ella es una estrategia competitiva en función que sus productos se conviertan en una inversión para sus clientes. Es estrategia competitiva por cuanto se involucra asertivamente a todas las personas de la organización dentro de un marco conceptual de Calidad que permitan poner en práctica las acciones adaptativas de los recursos a las expectativas de los clientes (Galviz, 2011).

De acuerdo a las bases teóricas analizadas, se concluye que, para alcanzar la calidad óptima en una organización se debe de tener claro los conceptos y características de Calidad, a fin de fijar criterios claros que nos permitan plantear una estrategia que más se adapte a las necesidades de la empresa, orientado a satisfacer y superar las expectativas del cliente.

2.2.2 Servicio

Corella (1998), desarrolla el concepto de servicio como derivado del latín “*servitium*” y este a su vez de “*servus*” (siervo, esclavo) y esta del verbo “*servo*” que significa conservar, preservar, guardar, observar con atención. En este concepto da una idea de “utilidad o provecho resultante para uno por lo que el otro ejecuta en atención suya”.

Sobre tales bases, señala la autora, se constituye en el negocio un concepto de servicio en el que se distinguen dos componentes: Lo que corresponde específicamente a la actividad objeto del mismo y lo que responde a la forma y manera como se realiza dicha actividad.

Ambos componentes interactúan de manera recíproca entre el proveedor y el cliente conformando el valor global reconocido a la actividad, en un fenómeno complejo de conceptualizar por las dimensiones convergentes del cliente como

persona y del producto como tangible dando lugar a múltiples significados. Observando el proceso que conduce al producto realizado, se observa su naturaleza última, pues la prestación de un servicio requiere elementos tangibles como medio para expresar y cumplir la intangibilidad de los clientes expresada en un nivel de satisfacción (Corella, 1998)

Olivera y Scherer (2009) definen servicio como una actividad humana que se caracteriza por: “Ofrecer tu tiempo, habilidades y conocimientos en beneficios de los demás. Escuchar con atención a los demás. Buscar una solución a sus problemas. Dar una sonrisa, saludar y ayudar.” “El servicio y la atención atraen, satisfacen y retienen a los clientes.”

Así Avilés y Macedo (2006) definen servicio a cualquier acto o desempeño que una persona puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y que no conlleva ninguna propiedad.

Palomino Kunupaz (2000) determina que en el servicio existen dos aspectos importantes: Los contactos y Los procesos.

Servicio se define como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo (Jacques Horovitz, 1990:2)

Tres son las características fundamentales (Cortés, 2017) para considerar un servicio de calidad:

- **Fiabilidad:** referida a la capacidad de la organización para ofrecer lo acordado:
 - El servicio contratado

- La respuesta eficaz a los problemas
 - Los tiempos de servicio y respuestas acordados
 - Los costes estipulados
 - La información solicitada
- **Valor:** referida a la percepción del usuario de haber experimentado una expectativa superior a sus requerimientos, a través de la información personalizada y oportuna, la información recibida, también oportuna y apropiada, la capacidad de respuesta, entre otros.
 - **Entrega:** concebida como oportuna en el tiempo tanto del servicio propiamente como de la información, la infraestructura y otros complementos que buscan brindar una experiencia agradable que promueva e incentive la fidelización del cliente.
 - **Respeto al medioambiente:** como cumplimiento de legislación y valor agregado en el servicio y a la vista del cliente.

Para el efecto, debe existir una estructura del servicio, habilitando para ello: recursos humanos, físicos y económicos para poder desarrollar el servicio ofrecido. Se cuenta en ello: centros de atención al cliente, herramientas informáticas de soporte, material publicitario, merchandising, etc. (Cortés, 2017).

Galviz (2011) define al servicio como “una práctica gerencial que tiene por objetivo aumentar la satisfacción del cliente” para lo que la organización desarrolla actividades identificables, diferenciables e inherentemente intangibles y cuyo objetivo es proveer “beneficios individuales o colectivos” según los requerimientos

de los clientes, que pueden ser:

- Solucionar las quejas y arreglar productos defectuosos.
- Hacer reparaciones oportunas y mantenimiento preventivo.
- Realizar transacciones personales libre de errores.
- Tener siempre disponibilidad del producto o servicio y buenas condiciones de pago.
- Garantizarle al cliente facilidad de uso en los productos que se le den.
- Garantizar facilidad de reparación.
- En el caso de máquinas y equipos complejos, entregarlos acompañados de manuales de utilización eficaces.
- Enseñar a manejar si hay mucha complejidad
- Manejo asertivo de los empleados que estén en contacto con los clientes.

Desarrolla el autor precitado, los componentes de un servicio con el fin de entender mejor su contexto:

- **Lo genérico:** lo sustantivo lo que ofrecemos o vendemos con sus atributos tangibles e intangibles sin lo cual pierde sentido el intentar el servicio.
- **Lo esperado:** son los atributos asociados a la experiencia que el cliente espera y da por hecho.

- **Lo aumentado pero deseado:** referido a los beneficios que recibe el cliente por atributos adicionales que no espera pero que conoce y aprecia si la experiencia los incluye.
- **Lo no previsto:** algo adicional. Referidos a los atributos sorpresa que agregan valor para el cliente más allá de sus expectativas lógicas.
- **Lo potencial:** incluye todas aquellas acciones o atributos que podrían realizarse para atraer y mantener a los clientes y que se pueden agregar en el futuro.

Describe además las características básicas de los servicios que pueden convertirse a enfoques problemáticas por la alta carga de emotividad en su interacción:

- **Intangibilidad:** entendida como la imposibilidad de percepción de los servicios a través de alguno de los cinco sentidos. Lo tangible puede representar el servicio pero no es el servicio mismo.
- **Heterogeneidad:** en base a su poca uniformidad y estandarización por el componente humano prevaleciente.
- **Caducidad:** los servicios no pueden ser almacenado para venta y consumo futuro. Una vez producido es consumido.
- **No propiedad:** los clientes compran uso, accesibilidad, actividad o disponibilidad del servicio.
- **Inseparabilidad de producción y consumo:** el servicio generalmente se elabora en el mismo momento del consumo por la implicación del cliente

en el proceso.

- **Interacción humana:** se establece una permanente relación entre cliente y proveedor a lo largo del ciclo de prestación.
- **Son funciones no objetos:** El cliente compra funciones no objetos: la gente no compra automóvil, sino todo aquello que puede hacer con el automóvil”.
- **Descentralización espacial:** mientras que las empresas manufactureras se agrupan en zonas industriales, las empresas de servicios se encuentran dispersas en todo espacio ocupado por una comunidad en particular.

De acuerdo a las teorías investigadas, podemos definir al servicio como las prestaciones netamente intangibles, que la organización debe de tangibilizarlo en actividades que puedan lograr ser identificables por los clientes durante su la práctica del servicio, pues éstos requieren de la participación directa del recurso humano de la persona que lo brinda como del cliente que lo recibe. Teniendo en cuenta que para lograr un buen servicio intervienen diversos factores como: estados de ánimo, clima laboral, predisposición, falta de recursos materiales, entre otros.

Debido a ello hemos descrito estas características propias del servicio como son: la intangibilidad, la heterogeneidad, la caducidad, el uso (la no propiedad), inseparabilidad e interacción humana.

2.2.3 Calidad del servicio

Molino (2008) cita puntualmente a Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985,

1988:28) quienes son los autores del modelo americano y operativizan la calidad de servicio mediante dos, el modelo de las deficiencias o gaps y la escala de medida Servqual que están agrupadas en cinco dimensiones:

- Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación.
- Fiabilidad: Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.
- Seguridad: Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- Empatía: atención Individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.

Así Parasuraman, Zeithaml y Berry (citados en Esther Garcia Baudes, 2001) definen la calidad percibida como el desajuste entre las expectativas que el cliente tiene del servicio con anterioridad al consumo del mismo y sus percepciones del servicio recibido, sostienen además que este desajuste puede basarse en otros puntos del proceso de prestación de servicio.

A su vez Garcia Baudes (2001) cita (Grönroos, 1990: 67) quien define que la calidad de servicio percibida por el cliente es el resultado de un proceso en el que el consumidor compara sus expectativas respecto a un servicio con su percepción de la prestación del mismo.

Un marco referencial de gran importancia es el diagrama o blueprint de un servicio (Pérez, 2015) el que define los procesos interno y externos de un servicio e incluyen la identificación de las tareas como las sub tareas que conlleva la prestación del servicio; las personas que proveen el servicio; procesos o subprocesos en los que pueden cometerse errores, repeticiones, cuellos de botella u otros aspectos que puedan bloquear o dilatar la prestación del servicio, generando una experiencia negativa al usuario y definiendo un mal estándar de calidad en el servicio.

La esquematización del proceso de prestación del servicio a través de un plano o diagrama de flujo denominado blueprinting, permite realizar un diseño o rediseño de los procesos que suponen la utilización rentable de recursos. Es un plano en donde se pone en orden el servicio ideal que se desea prestar en función de dos elementos fundamentales: por in lado, los recursos y capacidades empresariales y, por otro, los requerimientos y expectativas de los clientes o usuarios de un servicio.

La ventaja de trabajar con un plano blueprint, es que, siendo la prestación del servicio una actividad con una alta carga emocional, prever situaciones críticas permite organizar los recursos y capacidades de tal manera que se educar al usuario en las características y atributos de nuestro servicio a la vez que se le da espacio y oportunidad al usuario como forma de adelantar sus expectativas.

El blueprint presenta tres aspectos fundamentales o áreas definidas en el plano del servicio:

- El front office o área de acción del usuario,
- El back office o área de acción en donde se desarrollan los procesos

empresariales, normalmente ocultos al usuario y,

- El “mostrador” o línea de contacto directa, “cara a Cara” con el cliente, momento en el que se le sirve y a la vez recopila información acerca de sus experiencias anteriores (ya sea con la misma u otras empresas) o de sus expectativas a futuro con el servicio que demanda.

Es importante señalar los elementos que concurren en un plano del servicio, puesto que evidencian los recursos y capacidades directos o indirectos, tangibles o intangibles pero categóricos a la hora de generar impresiones favorables para la toma del servicio, la fidelización del usuario y la reputación de la empresa, marca y servicio.

Dichos elementos son, tal como los señala Pérez (2015):

- Las acciones del cliente
- Los puntos de contactos visibles entre clientes y empleados del proveedor
- Las acciones tras bastidores no visibles al cliente y llevadas a cabo por los empleados proveedor
- Los apoyos o soportes necesarios para la prestación del servicio no visibles a los clientes
- La evidencia física

Observar estos elementos permitirá establecer parámetros de convergencia con otros conceptos del marketing de servicios, para la elaboración de indicadores

de calidad en el servicio.

Pérez (2015) citando a Baum (1990), resalta tres optimizadores críticos de un servicio:

1. Que el servicio rinda los frutos esperados por la clientela o le represente valor,
2. Que la obtención del servicio le sea lo menos oneroso posible al cliente (a través de una oferta apetecible)
3. Que los procesos que incluyen dicha prestación sean integrados, que el personal de contacto con el cliente y el de apoyo al proceso colaboren en la gestión del servicio como si ambos estuvieran frente al cliente, que cuenten con respuestas flexibles ante las peticiones de los mismos y que los recursos a disposición para la provisión del servicio sean los adecuados.

La prestación de un servicio es un entramado lleno de interacciones, por lo que establecer un modelo ideal a través del blueprinting permitirá ir modelando las experiencias a través de reconocimiento de las expectativas del usuario y de los recursos y capacidades reales de la empresa.

Cuatrecasas (2010), afirma que la calidad en los servicios resulta significativa para la competitividad empresarial dado que se trata de una acción de atención directa al cliente, a su calidad percibida y a sus reclamaciones. Si relacionamos a la calidad con la satisfacción del cliente se requerirá la interacción armónica, según refiere, de tres factores: Responsabilidad de la Dirección,

Recursos humanos y materiales y Sistema de calidad estructurado.

Según las normas ISO, afirma, las razones para prestar especial atención en la calidad del servicio son:

- Mejorar la prestación del servicio y la satisfacción del cliente.
- Mejorar la productividad, la eficacia y reducir costes.
- Mejorar el mercado.

Ello implica un esfuerzo para identificar los procesos sociales del servicio considerando los factores de interacción humana como fuente de esa calidad en el servicio, desarrollar competencias y aptitudes del personal para alcanzar las expectativas del cliente.

En cuanto a los requisitos, establece una interesante diferencia, puesto que afirma que en cuanto a los requisitos del producto, éstos se discuten con el cliente, llegando a definir cómo debe ser el resultado u output, mientras que en los servicios, estos requisitos no siempre se pueden hablar previamente con el cliente, aunque hayan algunas consideraciones previas de lo que el cliente espera. Concluye al afirmar que la calidad del servicio se encuentra muy orientada a “igualar o sobrepasar las expectativas del cliente respecto al servicio”.

Las deficiencias en los servicios significan incumplimientos con el cliente y son elementos distorsionadores y se deben fundamentalmente a cuatro causas según Cuatrecasas (2010):

- **Discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.**

La deficiente comprensión de los directivos respecto de las auténticas expectativas y preocupaciones de los clientes provoca insatisfacción.

- **Discrepancia entre las percepciones de los directivos y los requisitos definidos.**

Establecer claros requisitos sobre las expectativas de los usuarios permitirá desarrollar procedimientos que cumplan con las expectativas de los clientes.

- **Discrepancia entre los requisitos definidos y la prestación del servicio.**

Sucede cuando a pesar que los requisitos y procedimientos sean claros, no siempre se cumplen con exactitud en el servicio entregado. Estos incumplimientos son causados por:

- Formación insuficiente del personal que trata con el cliente.
- Falta de recursos para llevar a buen término los procesos.
- Falta de interés del personal.

- **Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.**

Los mensajes publicitarios incrementan las expectativas del cliente y ello resulta positivo si es que la empresa cumple con lo ofrecido pero muy perjudicial si el cliente es defraudado.

2.2.4 Calidad de Servicio Turístico

MINCETUR (2011) Resolución Ministerial N° 073-2011

Plan de Calidad turística de Perú -CALTUR, define que un producto turístico de calidad, debe combinar atractivos, servicios y facilidades de una manera tal que

motive la decisión de viaje de los turistas al lugar donde se ofrece dicho producto y que esa decisión se repita (dimensión de oferta) y la satisfacción de las necesidades y aspiraciones del turista (dimensión de demanda).

Siendo la definición concreta de acuerdo a las estadísticas de satisfacción de visitantes a los diferentes atractivos turísticos de nuestro país.

2.2.5 Satisfacción

Así, Claver, Molina y Tarí (2011) definen satisfacción citando a varios autores que definen este concepto: (Juran y Gryna, 1995) “Satisfacción del cliente significa que un producto cumple las características deseadas por el comprador y carece de deficiencias”; Por otro lado (Claver, Llopis y Tarí, 1999) “Para lograr satisfacer sus necesidades y expectativas, a un precio justo, con el mínimo coste”; Complementando con lo que manifiestan Parasuranaman, Zeithaml y Berry, (1985); Zeithaml, (1998); Zeithaml, Berry y Parasuranaman, (1993) Un producto es de calidad cuando satisface o excede las expectativas de los clientes.

También Del Molino, Moreno José, Moreno María, Morillas, Palacios, González y Salgado (2008) define que la satisfacción del cliente se encuentra en el hecho de que su calidad percibida es la adecuada y la deseada.

Por otro lado, Aviles y Macedo (2006) difiere que para lograr los niveles de satisfacción en el turista, debe orientarse el modelo tradicional de organización, adaptándolo a las nuevas prioridades de los clientes con una gestión de primer nivel que involucre a los clientes, personal de servicio de hoteles y otros, así mismo con los proveedores de la empresa.

Del mismo modo, Kotler, Bowen y Makens (2003) define que satisfacción

depende de la medida en que el producto aporta valor en relación con las expectativas del comprador: Si la aportación del valor es escasa, dadas las expectativas del cliente, el comprador estará insatisfecho. Si la aportación alcanza las expectativas, el comprador estará satisfecho. Si la aportación supera las expectativas, el comprador estará complacido. La satisfacción se encuentra relacionado directamente al valor que tiene el producto con la expectativa del cliente, a medida que el valor del producto es alto, la expectativa del cliente aumenta, siendo complicado alcanzar la satisfacción plena debido a los factores exógenos que encierran al producto – servicio.

2.2.6 Matriz FODA

Elaborado a fin de sustentar el por qué se ha decidido contar con los respectivos instrumentos de evaluación indicados en la investigación.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Son consideradas como agencias representativas de la zona. - Poseen una buena ubicación. - Cuentan con personal capacitado y experiencia en el rubro. - Cuentan con alianzas estratégicas con operadores de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un porcentaje de colaboradores no tiene estudios en Hotelería y Turismo. - Alta rotación de personal - Existencia de materiales innecesarios en el entorno de trabajo. - Escasez de infraestructura y mobiliario acorde a lo solicitado. - Escasa organización en las áreas de trabajo. - Inexistencia de una logística adecuada.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - El Crecimiento del Turismo en los últimos años. - Aparición de nuevos nichos o segmentos de mercado. - Diversidad de destinos en la región Ica. - Globalización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aparición de nuevos competidores. - Estacionalidad de la demanda. - Escasez de políticas de fomento del Turismo.

Fuente: Elaboración propia (2019)

2.2.7 La filosofía Kaisén

Fue originalmente desarrollada en los Estados Unidos como respuesta a la Gran Depresión, con el fin de responder a la crisis de una manera proporcionada y eficiente respecto de los recursos. Fue concebida como una filosofía de los pequeños pasos que producen grandes cambios progresivos y sostenibles. Esta filosofía de los pequeños pasos hacia la mejora fue introducida en Japón al finalizar la segunda guerra con las fuerzas de ocupación orientadas a la reconstrucción (Maurer, 2015).

Maurer (2005) destaca la sencillez del método como principal atributo que ha logrado que esta filosofía perdure a través de los tiempos y siga fomentando la cultura de mejora continua en las empresas. Destaca, asimismo, una serie de estrategias que la configuran como una herramienta sencilla. Esas estrategias denotan:

- Hacer preguntas pequeñas para disipar temores e inspirar creatividad.
- Tener pensamientos pequeños para desarrollar nuevas habilidades y hábitos, sin mover un músculo.
- Realizar acciones pequeñas que garanticen el éxito.
- Resolver problemas pequeños, incluso cuando te enfrentes a una crisis abrumadora.
- Concederte premios pequeños a ti mismo y a otros para producir los mejores.
- Resultados.
- Reconocer los pequeños pero cruciales momentos que los demás ignoran.

Estas características configuran conceptos idóneos para la elaboración de un instrumento eficaz para el desarrollo del presente estudio.

Una serie de expertos en la gestión de la calidad fueron invitados a Japón con el fin de profundizar la gestión industrial y enfocarla en la calidad con el objetivo de mejorar la eficacia de las metas y eficiencia en el manejo de los recursos. Deming fue invitado en 1950 para enseñar el control de calidad, hecho que desemboca en el establecimiento del premio Deming. En 1954 es invitado por Joseph M. Juran quien destaca en el dictado de seminarios orientados a la administración del control de calidad (CC), logrando realizar grandes aportes que fueron aceptados por la industria nipona. Una vez implantados los cambios, los japoneses la denominaron "Administración Kaisén". Configurándose la mejora continua como eje del cambio reemplazando a la inspección tradicional.

El portal Dimensión empresarial (2019) describe el marco referencial del Kaisén, bajo el concepto de las cinco eses (5 S) para la buena economía, considerándolos de la siguiente manera:

1. Seiri (Ordenar)
2. Seiton (Clasificar)
3. Seiso (Limpieza)
4. Seiketsu (Estandarizar)
5. Shitsuke (Disciplina)

Yonque, García, & Ruez (2002), definen el concepto de Kaisén como una forma de vida merecida ser mejorada constantemente. Definen, asimismo, que

significa “Hacerlo mejor, fabricarlo mejor, mejorarlo aun si no está roto ni defectuoso, porque si no lo hacemos, no podemos competir con aquellos que si lo hacen”.

Describen los cinco pasos del Kaisén aduciendo que su asociación al término 5S, se refiere a las cinco palabras japonesas que lo componen, de la siguiente manera:

-
- Seiri: Organización: Cada cosa en su lugar y un lugar para cada cosa.
 - Seiton: Reducir búsquedas: Facilitar el movimiento de las cosas, servicios y personas.
 - Seiso: Limpieza: Cuando todo está limpio, todo está ordenado y se simplifican los procedimientos.
 - Seiketsu: Estandarización y simplificación de procesos: Mantener el orden, organización y limpieza en el ambiente y las personas.
 - Shitsuke: Disciplina y buenos hábitos de trabajo: Basados en el respeto a las reglas y a las personas (compañeros de trabajo y clientes).

Citan al Profesor Yoshinobu Nayatani, de la Osaka Electronics Communications University, quien sostiene que las principales ventajas de la estrategia del Kaisén son las siguientes:

- Las personas entienden los asuntos críticos reales con mayor rapidez.
- Se pone mayor énfasis en la etapa de planeación.
- Se fomenta una forma de pensamiento orientada al proceso.

- Las personas concentran su atención en los asuntos de mayor importancia.
- Todos participan y contribuyen a la construcción de un nuevo sistema.

En suma, la calidad destaca las pautas referenciales que parten del requerimiento del cliente y culminan en las expectativas; este tramo se materializa en aspectos observables a través de instrumentos que bien pueden enmarcarse en el concepto del Kaisén, dado que éste enfoque permite reunir aspectos medibles muy pertinentes para la presente investigación.

2.3 Definición de términos básicos:

Clasificación

Referido a la acción de organizar u ordenar algo de acuerdo a ciertas características comunes.

Organización

Es la disposición de personas, recursos materiales, económicos y financieros para lograr un determinado objetivo.

Limpieza

Son aquellas acciones que permiten eliminar los desechos y mantener un ambiente desinfectado.

Bienestar Social

Es el conjunto de elementos que participan en la calidad de vida de las personas.

Disciplina

Conjunto de reglas de comportamiento que se utilizan para la ejecución de determinadas tareas.

Expectativas

Es una suposición centrada hacia el futuro, basada en una ilusión de un ser humano.

Percepción

Es el acto de recibir, interpretar y comprender cierta información a través de los sentidos.

Proceso

Conjunto de actividades que se sistematizan para lograr un objetivo.

Procedimiento

Son los pasos a seguir de forma secuencial para alcanzar una tarea específica.

Valor

Grado de significación o importancia que se le atribuye a algo o alguien.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño Metodológico

El diseño de la investigación es no experimental, pues está enfocado a la información real que se recopile del lugar a investigar, sin manipular deliberadamente las variables. Hernández, et. (2006).

La investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Según Hernández, *et al.* (2014) “La investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.152).

El estudio es de nivel descriptivo, por cuanto se determinaron las características actuales de la prestación del servicio, enunciando los detalles de la prestación del servicio.

En cuanto al diseño del estudio, se desarrolló una investigación documental para definir las características que debe contar un servicio y además una investigación

de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.

Se realizó la investigación de campo apoyada por un instrumento denominado “Lista de Cotejo”, el mismo que presenta aquellas características, de acuerdo a las bases teóricas, que debe presentar una organización para definirse dentro del contexto del Kaisén o 5s.

Adicionalmente se realizó una investigación documental o de gabinete con el fin de comprender y consolidar las características que definirán al instrumento de campo.

3.2 Procedimiento de muestreo Población

Hernández et al. (2014) “La población es el conjunto de todos los elementos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (p.174) y que además son homogéneos.

La población está precisada para los operadores turísticos localizados en el distrito de Paracas Provincia de Pisco departamento de Ica contando con 20 de ellos, registrados en la Dirección Regional de Turismo de Ica (DIRCETUR ICA).

3.3 Muestra

Mejía Navarrete, J. (2001) indicó que:

La muestra por conveniencia es el procedimiento que consiste en la selección de las unidades de la muestra en forma arbitraria. Las unidades de la muestra se autoseleccionan o se eligen de acuerdo a su fácil disponibilidad. No se especifica claramente el universo del cual se toma la muestra. Por consiguiente, la representación estructural es nula, no se consideran las variables que definen la

composición estructural del objeto de estudio.

Al ser la población de estudio totalmente determinada y en número reducido para una investigación, se determinó el tamaño de la muestra de manera no probabilística, considerando que el cincuenta por ciento de la población es suficientemente representativa y confiable para el estudio. Por ello se consideró a 10 empresas operadoras turísticas más importantes de la zona:

1. Ballestas Expedition
2. Paracas Sight & Tours
3. Huacachina Tours
4. Paracas Perú
5. Carol Travel Adventure
6. Ballestas Paradise
7. Ecomarine
8. Paracas Tours
9. Paracas Overland
10. Paracas Explorer

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Validez y Confiabilidad de del instrumento

4.1.1 Validez de instrumento

La validez del instrumento se midió a través de la validez del contenido, la misma que tuvo por finalidad recoger información importante de las empresas operadoras de turismo. En este procedimiento se recolectaron los datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.

Se realizó la investigación apoyada por un instrumento denominado “Lista de Cotejo”, el mismo que presenta aquellas características, de acuerdo a las bases teóricas, que debe presentar una organización para definirse dentro del contexto del Kaisén o 5s.

4.1.2 Consolidado de la Lista de Cotejo correspondiente a las 10 empresas operadoras de turismo.

Luego de la aplicación del instrumento a la muestra objeto de la presente

investigación y procesada la información obtenida, procedimos a analizar la información a nivel descriptivo, lo cual nos permitió realizar el rango de calificación de acuerdo a cada Indicador y cuyos resultados se presentan a continuación:

INDICADOR 1: Seiri/clasificación

Tabla 2

Lista de cotejo Indicador Seiri/Clasificación

Ítem	Descripción	Rango de calificación				
		1	2	3	4	5
	SEIRI / CLASIFICACIÓN					
1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	7	2	1		
2	Las áreas de trabajo cuentan con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	1	8	1		
3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	5	5			
4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	9	1			
5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	7	3			
6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	10				
7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	10				

Fuente: Elaboración propia (2019)

Nota descriptiva:

En la mayoría de los casos, la cualificación se registra como 1, lo que evidencia la deficiencia significativa aludida, siendo los casos más representativos los referidos a los puntos 6 y 7 correspondientes a la inexistencia de un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de un catálogo de proveedores respectivamente.

Además, un punto saltante, el número 4, que obtuvo una frecuencia de 9, fue lo referido a la inadecuación del local para el funcionamiento de los equipos, seguido

del punto 1 y 5, con una cualificación de 7, correspondiente a la existencia de artículos innecesarios en el área de trabajo y a la inexistencia de material informativo actualizado.

El punto 3, referente a la obstaculización de pasillos, fue observado con cualificaciones de 1 y 2, quedando manifiesta la deficiencia como significativa.

En ningún punto se observó una cualificación sobresaliente en la observación realizada a las empresas objeto de la investigación, excepto, en los puntos 1 y 2, en donde solo en un caso se observaron deficiencias medianamente deficientes con cualificaciones de 3.

INDICADOR 2: Seiton/Organización

Tabla 3

Lista de cotejo Indicador Seiton/Organización

Ítem	Descripción	Rango de Calificación				
		1	2	3	4	5
	SEITON / ORGANIZACIÓN					
1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	9	1			
2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	8	2			
3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	9	1			
4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	7	3			
5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	9	1			
6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	1	9			
7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	10				

Fuente: Elaboración propia (2019)

Nota Descriptiva:

En la mayoría de los casos, la cualificación se registra con un rango de 1, lo que evidencia la deficiencia significativa observada, siendo el caso más representativo

el referidos al punto 7, con una cualificación de 10, mediante el cual se determina la total inexistencia de algún catálogo de productos y servicios bajo ningún modelo, es decir, ni siquiera se publican los servicios, sus costos ni beneficios, además de algunos aspectos referidos a la seguridad o protección de los usuarios.

Los puntos 1, 3 y 5 coinciden en una cualificación de 9, lo que denota la inexistencia de una planificación del servicio y la no utilización de elementos de apoyo que faciliten la experiencia del usuario.

Los puntos 2 y 4 reflejan la ineficiencia en el uso de materiales complementarios y la desorganización en algunos elementos presentes.

En ningún punto se observó una cualificación sobresaliente en la observación realizada a las empresas objeto de la investigación, coincidiendo con lo observado en el punto anterior referido a Seiri/Clasificación.

INDICADOR 3: Seiso / Limpieza

Tabla 4

Lista de cotejo Indicador Seiso/Limpieza

Ítem	Descripción	Rango de Calificación				
		1	2	3	4	5
	SEISO / LIMPIEZA					
1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	5	3	1	1	
2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	8	1		1	
3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	4	3		3	
4	Existe un lugar destinado al arrojado de desperdicios producidos por los usuarios y el personal administrativo.	8	2			
5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	7	3			

Fuente: Elaboración propia (2019)

Nota Descriptiva:

En la mayoría de los casos, la cualificación se encuentra dispersa entre los valores 1 y 2, lo que denota la significativa deficiencia en el aspecto de limpieza, siendo

representativos los puntos 2, 4 y 5 referidos a aspectos tales como: iluminación y tratamiento de desperdicios; en algunas empresas objeto de la investigación se observó algún cuidado al respecto.

Los puntos 1 y 3, referidos a aspectos de iluminación y desperdicios presentan una mayor dispersión alcanzando en pocas empresas un nivel poco significativo de deficiencia (4 empresas), pero sin afectar la cualificación general de altamente significativa la deficiencia.

Los resultados observados en este punto acentúan la tendencia de altamente significativa la deficiencia en el servicio.

En ningún punto se observó una cualificación sobresaliente en la observación realizada a las empresas objeto de la investigación, coincidiendo con lo observado en los puntos anteriores referidos. Se mantiene la tendencia de carga a las frecuencias 1 y 2.

INDICADOR 4: Seiketzú / Estandarización

Tabla 5

Lista de cotejo Indicador Seiketzú/

Ítem	Descripción	Rango de Calificación				
		1	2	3	4	5
	SEIKETZU / ESTANDARIZACIÓN					
1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	10				
2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	10				
3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	10				

Fuente: Elaboración propia (2019)

Nota Descriptiva:

Este punto es de total coincidencia entre las empresas observadas. Se observó que todas las empresas objeto de la investigación carecen totalmente de los elementos considerados en la Lista de Cotejo, puesto que en los tres aspectos considerados la frecuencia es 10.

Las frecuencias observadas en este punto, marcan muy significativamente la tendencia de las frecuencias anteriores, acendrando la cualificación deficiente.

INDICADOR 5: Shitzuke / Disciplina

Tabla 6:

Lista de cotejo Indicador Shitzuke/Disciplina

Ítem	Descripción	Frecuencia				
		1	2	3	4	5
1	Existe un Manual de Organización y Funciones	10				
2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	10				
3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad administrativa de trabajo en materia de seguridad	10				
4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal administrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	8	2			

Fuente: Elaboración propia (2019)

Nota Descriptiva:

En este punto, al igual que en el inmediato anterior, es casi total la frecuencia 1 en las empresas materia de la presente investigación, lo cual denota la total ausencia de algún marco administrativo referencial que permita establecer estándares de medición, control y retroalimentación.

El presente punto, al igual que los demás, acentúa la deficiencia altamente significativa en la gestión de las empresas que prestan el servicio observado.

CAPÍTULO V:

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En términos generales, es evidente que, de acuerdo al corpus teórico provisto en la presente investigación, en ningún punto se cumplen los preceptos básicos de lo que podría considerarse como la producción normal, o, al menos la producción técnica del servicio turístico.

Si consideramos que la característica fundamental del servicio es su intangibilidad, su incapacidad de almacenaje y la experiencia sensitiva del cliente, podemos apreciar un desconocimiento por parte de las empresas objeto de la investigación, acerca de las técnicas de producción de servicios o “servucción”, desconocimiento que linda con actividades temerarias que pueden producir efectos adversos y/o fatales sobre los usuarios.

En función de los resultados de la investigación y de acuerdo a las bases teóricas expuestas, podemos observar que, de acuerdo a lo establecido por Claver, E., Molina, J. F., & Tarí, J. (2011) no existe un conjunto de características que influyan en la satisfacción del cliente, y en el servicio de sus expectativas desde el enfoque de calidad.

Es evidente, como señala Corella (1998), que el servicio de calidad responde a una complejidad de circunstancias subordinada a varios aspectos y un constructo de intangibilidades que lo representa, aspectos poco observados, entonces, en la experiencia de la investigación. Si consideramos a la filosofía del Kaisén como recurso para generar una capacidad superior en el servicio, se puede observar, de acuerdo al resultado de la investigación, serias deficiencias, mejor llamadas, discapacidades para generar un marco de servicio de calidad superior o por lo menos “buena calidad”.

Si Claver, Molina, & Tarí, (2011), citan a Garvin, (1988), Reeves y Bednar (1994), Moreno, Peris y González (2001) definen a la calidad como conformidad con las especificaciones, satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, valor y excelencia, se denota que en la totalidad de las empresas investigadas en el presente estudio, carecen completamente de esa complejidad denominada “calidad”, y, que en el mejor de los casos estaríamos hablando de una explotación irresponsable socialmente y carente de las seguridades materiales, en previsión de la integridad de los clientes.

Olvera & Scherer (2009), definen a la calidad como el “grado de satisfacción que obtiene el cliente en relación con la expectativa inicial, es un aspecto totalmente subjetivo y personal” y si dentro de las actividades de la ofertas del servicio no se encuentra el interés por conocer los niveles de satisfacción del usuario, debe reconocerse, entonces, que se carece de una visión amplia en el sentido de superar, competitivamente, las expectativas que el usuario tiene del servicio, con lo que se consolida una actividad netamente artesanal, lo que incluye la ineficiencia de las autoridades por encausar la iniciativa privada de acuerdo a cánones de calidad básicos y buenas prácticas en el servicio turístico.

Si consideramos lo aseverado por Del Molino (2008), que la calidad consiste en satisfacer las demandas del cliente”, pero, sin embargo, no se gestiona sus expectativas y experiencias a través de sugerencias, quejas y la imposibilidad de realizar reclamaciones formales, entonces la actividad podrías denotar una sumisión del cliente a condiciones adversas que puede lindar con la exposición a graves consecuencias en su perjuicio.

Refiriéndonos a la Norma ISO 9000, norma icónica en materia de calidad, la cual desarrolla conceptos importantes para la prestación del servicio tales como: la estructura de la organización, la infraestructura, el ambiente de trabajo e incluye a los proveedores como parte de valor en la prestación del servicio final, estableciendo al final términos de conformidad o no conformidad, podemos afirmar que, no existe una conceptualización eficaz del servicio que se brinda, muy por el contrario, podríamos aseverar, más allá de la informalidad y sus deficiencias técnicas, que existe una situación compleja que amalgama, además, la inoperancia o colusión de las autoridades encargadas de velar por la formalización de los servicios con el objeto de asegurar la calidad y el cumplimiento de normas de seguridad.

El enfoque a procesos es fundamental, como sostiene Gómez (2017), para el desarrollo de sistemas de calidad, tanto en el desarrollo de bienes o servicios, siendo el fin el incremento de la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de sus requisitos; requisitos que desconoce o mal suponen los operadores del servicio turístico, desconocimiento, como ya se manifestó, que linda con riesgos innecesarios o no debidamente previstos y coberturados.

La imagen de la organización, según Cortés (2017), interactúa y se alimenta complementariamente a través de la percepción de los clientes sobre los

trabajadores que son el contacto directo con los usuarios. Señala aspectos básicos como: la presencia, empatía y corrección, aspectos que, evidentemente, no se observaron en el servicio de los operadores turísticos.

Es tácito que no se considera la aplicación de la gestión de la calidad en el servicio prestado, por cuanto supone unos costes adicionales, pero como manifiesta Cuatrecasas (2010) si bien implica asumir unos costes, es también cierto que son mayores los costes de no aplicarla, en lo que determina como los costes de la calidad y los costes de la no calidad, por lo que se supone un total desconocimiento de la dimensión de la calidad, sobretodo en cuanto a cumplir requisitos del cliente que generan la fidelidad en los clientes frecuentes, así como también la recomendación.

Considerando el concepto de servicio como derivado del latín “*servitium*” y este a su vez de “*servus*” (siervo, esclavo) y esta del verbo “*servo*” que significa conservar, preservar, guardar, observar con atención, se puede tener una idea de los inverso de los intereses de los operadores del servicio, en este caso, se podría considerar como un simple usufructo económico de los asistentes a un servicio ocasional (Corella, 1998).

SIERI/CLASIFICACIÓN

Si consideramos lo referido por Juárez (2009) respecto a la etapa referida a clasificar los objetos, eliminar el exceso de mobiliario, eliminación de objetos obsoletos de las instalaciones con el fin de mejorar la seguridad en el área de trabajo, así como mejorar el aspecto y el ambiente de trabajo y eliminar el despilfarro de la papelería y un control de la documentación utilizada en los diferentes procesos, lo que brinda un adecuado desplazamiento y reducción de niveles de estrés laboral, podemos observar, de manera fehaciente, que las

operaciones con el objeto de brindar el servicio turístico se realizan de manera significativamente deficiente.

SEITON/ORGANIZACIÓN

Juárez (2009), afirma que, en etapa de organización, se debe facilitar el acceso rápido a la información documental que se requieren para el desarrollo de las operaciones de servicio, para evitar errores y acciones de riesgo en el control de documentos, además, el aseo y limpieza se pueden realizar con mayor facilidad. Observando los resultados de la investigación, se puede determinar las serias deficiencias materializadas por el afán competitivo de la captación de usuarios. Esta competitividad no es relevante en el sentido que deprime las condiciones del servicio con el fin de abaratarlo y lograr la mayor rotación de clientes, esperando lograr, de esta manera, mejores resultados económicos.

Un aspecto a resaltar en el aspecto de la organización, es la concepción de un mapa de servicios o “blueprint” La ventaja de trabajar con un plano blueprint, como menciona Pérez (2015) es que, siendo la prestación del servicio una actividad con una alta carga emocional, prever situaciones críticas permite organizar los recursos y capacidades de tal manera que se educa al usuario en las características y atributos de nuestro servicio a la vez que se le da espacio y oportunidad al usuario como forma de adelantar sus expectativas, gestionando, de esta manera, un modelo de negocio competitivo; es obvio que esta es una actividad que dista mucho de ser considerada por los operadores del servicio turístico, debido a la informalidad no solo de su actividad fiscal, sino por la falta de una gerencia de calidad mundial.

SEISO/LIMPIEZA

Evidentemente, desde el punto de vista del blueprint, centrándonos en el front office o front stage, que es el lugar en donde el cliente experimenta el momento de la

verdad, el aspecto de la limpieza es parte de las carencias consistentes con la informalidad observada en las empresas que operan el circuito turístico. Ello, aunado a un sistema de monitoreo de peticiones, quejas y reclamaciones, podría denotar que los usuarios del servicio se sienten presionados por la carencia general, asumiendo como parte natural la presente deficiencia.

SEIKETZU/ESTANDARIZACIÓN

En el caso de Seiketzu, se trató de crear conciencia de la importancia de la Seguridad y Salud en el trabajo en base a la reglamentación actual. El alto riesgo con el que cuenta tanto el personal que labora como los clientes es mayor debido a la infraestructura pequeña con la que cuentan. Se logró que el personal tome en cuenta la señalética, mapa de seguridad y la elaboración de un procedimiento de evacuación en caso de sismos, y/o tsunamis.

SHITZUKE/DISCIPLINA

Con lo que respecta a la disciplina se logró crear una cultura de apego a los lineamientos del departamento, se logró que el personal se encuentre motivado y participativo, logrando que cada empleado deje en condiciones óptimas su espacio de trabajo; de esta manera se puede lograr una estructura organizativa más horizontal, al estilo del downzising (achatamiento organizacional) que genera una cultura y clima coordinativo, colaborativo y cooperante (tres “C”).

CAPÍTULO VI:
PROPUESTA DE MEJORA

6.1 Diagnóstico

6.1.1 Matriz FODA

Atendiendo el análisis realizado previamente, se presenta la matriz FODA destacado en base a la problemática observada a fin de indicar la propuesta de mejora dada en este capítulo.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Son consideradas como agencias representativas de la zona. - Poseen una buena ubicación. - Cuentan con personal capacitado y experiencia en el rubro. - Cuentan con alianzas estratégicas con operadores de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un porcentaje de colaboradores no tiene estudios en Hotelería y Turismo. - Alta rotación de personal - Existencia de materiales innecesarios en el entorno de trabajo. - Escasez de infraestructura y mobiliario acorde a lo solicitado. - Escasa organización en las áreas de trabajo. - Inexistencia de una logística adecuada.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - El Crecimiento del Turismo en los últimos años. - Aparición de nuevos nichos o segmentos de mercado. - Diversidad de destinos en la región Ica. - Globalización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aparición de nuevos competidores. - Estacionalidad de la demanda. - Escasez de políticas de fomento del Turismo.

Fuente: Elaboración propia (2019)

6.1.2 Indicadores

INDICADOR 1: Seiri/clasificación

Ítem	Descripción	Rango de calificación				
	SEIRI / CLASIFICACIÓN	1	2	3	4	5
1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	7	2	1		
2	Las áreas de trabajo cuentan con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	1	8	1		
3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	5	5			
4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	9	1			
5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	7	3			
6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	10				
7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	10				

Fuente: Elaboración propia (2019)

INDICADOR 2: Seiton/Organización

Ítem	Descripción	Rango de Calificación				
	SEITON / ORGANIZACIÓN	1	2	3	4	5
1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	9	1			
2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	8	2			
3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	9	1			
4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	7	3			
5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	9	1			
6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	1	9			
7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	10				

Fuente: Elaboración propia (2019)

INDICADOR 3: Seiso / Limpieza

Ítem	Descripción	Rango de Calificación				
		1	2	3	4	5
	SEISO / LIMPIEZA					
1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	5	3	1	1	
2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	8	1		1	
3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	4	3		3	
4	Existe un lugar destinado al arrojo de desperdicios producidos por los usuarios y el personal administrativo.	8	2			
5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	7	3			

Fuente: Elaboración propia (2019)

INDICADOR 4: Seiketzu / Estandarización

Ítem	Descripción	Rango de Calificación				
		1	2	3	4	5
	SEIKETZU / ESTANDARIZACIÓN					
1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	10				
2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	10				
3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	10				

Fuente: Elaboración propia (2019)

INDICADOR 5: Shitzuke / Disciplina

Ítem	Descripción	Frecuencia				
		1	2	3	4	5
	SHITZUKE / DISCIPLINA					
1	Existe un Manual de Organización y Funciones	10				
2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	10				
3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad administrativa de trabajo en materia de seguridad	10				
4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal administrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	8	2			

Fuente: Elaboración propia (2019)

6.2 Implementación de los círculos de calidad de Ishikawa

Para la introducción de los círculos de calidad en este proceso se ha trabajado de la mano con la dirección de cada empresa y se ha establecido una unidad que apoye a impulsar nuevas medidas de administración de estos círculos.

Los círculos están compuestos por la gerencia, colaboradores y en este caso del especialista o investigador.

Como primer punto, dentro de la implementación del círculo de Ishikawa se ha realizado las siguientes acciones en el diagnóstico previo:

- Se ha encontrado el problema
- Se han buscado todas las causas posibles
- Dentro de los indicadores se ha buscado las causas o factores más importantes a tomar en cuenta.

6.2.1 Plan de trabajo del círculo de calidad

Posterior a la verificación del problema detectado por el círculo de calidad, se propone un plan de acción.

Implementación del módulo de servicios integrales.

Es evidente la falta de una acción convergente del gobierno local para consolidar un servicio que pretenda adquirir estándares de calidad a nivel mundial, ya que, por un lado, grava la actividad, pero, por otro, no la fiscaliza de forma efectiva.

De acuerdo a lo observado, es imprescindible la función rectora del Estado a través de las autoridades locales con el fin de organizar el servicio a través del establecimiento de un centro integral de atención, debidamente estructurado. En tal sentido, sería necesario invertir en un módulo de servicios integrales, que reúna a las empresas prestadoras del servicio turístico, a las entidades recaudadoras y a

los agentes supervisores, estableciendo un circuito de atención seguro que prevenga prácticas riesgosas y daños a los usuarios.

Concentrar a los prestadores del servicio en un módulo integral de servicios, favorecerá su formalización y profesionalización, su registro como contribuyentes y elevará los niveles de competencia y competitividad.

Un Módulo de atención integral, permitirá gestionar de manera formal las peticiones, quejas y reclamaciones de los usuarios, permitiendo, de esta manera, establecer un círculo de calidad para la mejora de las instalaciones y los servicios al usuario.

Contar con un módulo integral de servicios promoverá el recojo, análisis y difusión de información actualizada acerca de la frecuencia del servicio, origen de los usuarios, mejoras en el servicio, posicionamiento del servicio a nivel de circuitos similares, ya sea dentro del país o en el extranjero.

Debe convocarse la participación de universidades e institutos, para que a través de convenios de prácticas pre profesionales, se unan esfuerzos a fin de superar las deficiencias económicas y administrativas; para ello deben establecerse lineamientos generales orientadores de las metas a lograr.

Implementación del modelo de las 5s y posterior trabajo entre la empresa y el investigador.

Con los resultados obtenidos, se propone a la empresa mejorar ciertos aspectos débiles que se presenten en su entorno, mantener una capacitación constante al personal y evaluar futuros resultados. Es cierto que el Estado como ente rector debe apoyar en la aplicación de las propuestas de mejora, sin embargo desde el corto plazo se puede empezar atendiendo las debilidades encontradas a fin de

trabajar en mejorarlas para buscar calidad en la prestación de servicios.

6.3 Objetivos de la propuesta

- Evaluar la satisfacción en el trabajo en las empresas operadoras del Muelle de Chaco luego de la implementación del proyecto.
- Proponer programas de capacitación constante, no sólo para a implementación sino que forme parte del trabajo anual de la empresa.
- Evaluar la mejora continua de la calidad de las empresas operadoras del Muelle.

A. SEIRI (CLASIFICACIÓN)

La adecuada clasificación y distribución de los materiales publicitarios es un elemento que favorece la difusión de los servicios turísticos y es un medio diferenciador de las diversas propuestas que se presenta a nivel competitivo entre los prestadores del servicio.

Reunidos los prestadores del servicio en un módulo integral de servicios, se favorecerá la competencia a un nivel más profesional puesto que cada empresa formalizada buscará mayor competitividad a través de mensajes elaborados y la diversificación de los materiales publicitarios; ello, permitirá una clasificación inteligente tanto de los formatos como de los contenidos, mejorando la inversión en estos elementos y la efectividad del mensaje diferenciador.

B. SEITON (ORGANIZACIÓN)

Un aspecto a resaltar en el aspecto de la organización, es la concepción de un mapa de servicios o “blueprint” La ventaja de trabajar con un plano blueprint, como menciona Pérez (2015) es que, siendo la prestación del servicio una actividad

con una alta carga emocional, prever situaciones críticas permite organizar los recursos y capacidades de tal manera que se educa al usuario en las características y atributos del servicio a la vez que se le da espacio y oportunidad al usuario como forma de adelantar sus expectativas, gestionando, de esta manera, un modelo de negocio competitivo; es obvio que esta es una actividad que dista mucho de ser considerada por los operadores del servicio turístico, debido a la informalidad no solo de su actividad fiscal, sino por la falta de una gerencia de calidad mundial. El apoyo de la arquitectura del servicio en un mapa o blueprint es un elemento formador y desarrollador de mejores prácticas e innovador por naturaleza.

C. SEISO (LIMPIEZA)

Todos los aspectos contenidos en el Kaisén se encuentran interrelacionados y la limpieza no es un aspecto que discrimina únicamente aspectos formales como el barrido y limpieza de la infraestructura.

En el actual contexto de buenas prácticas de nivel mundial, la limpieza se encuentra referida adicionalmente a la “limpieza visual”, a la “limpieza sonora” y a “la limpieza ambiental”, y a ello deben tender las empresas concentradas en el módulo integral de servicios para luego convertir este aspecto en uno más de diferenciación competitiva que capture las expectativas de los usuarios nacionales y extranjeros.

D. SEIKETZU (ESTANDARIZACIÓN)

Debe procurarse, como producto de una capacitación progresiva, la formalización de los procesos de trabajo que permitan una relación “esbelta” con los usuarios, que favorezca la experiencia y el recojo de expectativas del cliente con el fin de establecer un equilibrio entre los requerimientos de los clientes y las

capacidades organizacionales y financieras de cada empresa prestadora.

Para ello, será necesario contar con el apoyo de estudiantes universitarios de los últimos ciclos de carreras de administración o afines, con el fin que, mientras realizan sus prácticas pre profesionales, desarrollen mejoras significativas en la arquitectura del servicio y enseñen a los prestadores la relación entre el enfoque cliente céntrico y financiero.

E. DISCIPLINA (SHITZUKE)

Debe materializarse una cultura de apego a las políticas de atención al cliente, contando con un personal profesionalmente motivado y participativo, logrando que cada empleado sea gestor de las mejoras en el servicio con una visión integral; teniendo como objetivo una estructura organizativa más horizontal, que genere una cultura y clima coordinativo, colaborativo y cooperante (tres "C") y favorezca la atención y servicio al cliente.

Con el fin de forjar una disciplina competitiva, organismos públicos y privados de diversa índole, deben capacitar permanentemente al personal involucrado en la atención y servicio al cliente, a través del manejo de técnicas apropiadas y retroalimentación a través del recojo de experiencias y su respectiva solución.

6.4 Aspectos administrativos de la propuesta

Recursos humanos

- Docente asesor
- Docente del curso
- Operadores del Muelle de Chaco
- Estudiante investigador

Recursos materiales

- Libros, manuales
- Computadora

6.5 Presupuesto del proyecto para su implementación

Esta propuesta no tendrá costo alguno para su implementación esto debido a que la empresa empleará sus propios recursos sin necesidad de adicionales, ya que la implementación del proyecto ayudará a mejorar el servicio brindado a sus clientes y brindará mayor estabilidad a sus empresas.

Por otro lado no se cobrará para la asesoría y la puesta en marcha del proyecto a los operadores indicados, esto debido a que forma parte de la investigación y se han generado conclusiones y recomendaciones gracias al apoyo de los involucrados en el proyecto.

6.6 Cronograma

Se presenta un cronograma para la implementación del modelo mencionado en la investigación, detallando las actividades y responsables en períodos de tiempo detallados.

N°	Actividad	Responsables	Cantidad de veces	Cronograma 2020												
				Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	
1	Identificación en grupo de puntos débiles.	Investigador / Operadoras	Una vez	■												
2	Implementación del modelo de las 5s en las empresas seleccionadas.	Investigador/ Asesor	Una vez (supervisión constante)	■	■											
3	Organización de áreas de trabajo.	Investigador /operadoras	Una vez		■											
4	Programa de desarrollo y capacitación constante.	Investigador /Operadoras	Todos los meses		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Compensación al personal.	Operadoras	Dos veces							■						■
6	1er Evaluación de la implementación	Investigador								■						
7	Evaluación del desempeño y resultados post implementación.	Investigador / Operadoras	Una vez											■	■	

Fuente: Elaboración propia (2019)

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo observado y en base al objetivo propuesto: “Determinar la manera en que se puede mejorar la calidad del servicio de los operadores turísticos en el muelle del chaco en relación al proceso de recepción a los visitantes al circuito turístico de las islas ballestas – Ica, aplicando la metodología de las 5s, podemos concluir lo siguiente:

1. La Calidad de servicio en el proceso de recepción de los operadores turísticos del muelle del Chaco es deficiente, pues no existe una estructura organizativa que garantice alcanzar estándares de calidad y cumplimiento de aspectos legales, lo que configura una situación riesgosa en la prestación del servicio turístico. Se evidencia la falta de una estructura organizacional que pretenda mejorar la economía de las operaciones de prestación del servicio turístico en base a la ausencia de flujos de procesos, siendo éstos instrumentos de medición y análisis de información, de mejoramiento de las actividades y propiciadores de innovación para el ahorro de costos en la producción del servicio y mejora de la imagen por parte de los clientes.
2. De acuerdo a lo observado en el desarrollo de las operaciones del servicio turístico, existe un significativo desconocimiento e interés práctico por desarrollar prácticas que eleven la calidad del servicio.
3. Al analizar los factores de la metodología de las 5s en los operadores turísticos, objetos de la investigación, se comprueba que no cumplen con los indicadores propuestos en la lista de cotejo, pues es evidente la falta

de conocimiento de herramientas de calidad como la de la metodología de las 5s que facilita la adopción de nuevas formas de trabajo en las que se integra el orden, la limpieza y la seguridad que nos permitan alcanzar la satisfacción total del cliente.

4. Con respecto al nivel de percepción de la calidad de servicio de los visitantes a las islas ballestas - Ica, se pudo determinar que es bajo, debido a diversos factores que alteran la tranquilidad del turista, como: la informalidad, la inseguridad, el desorden, el caos que se genera al trabajar sin estándares de calidad establecidos en empresas formales como las que hemos investigado.

REFERENCIAS

- Carmona, M. (2012). *Procedimiento de aplicación de las 5's en el área administrativa de la Maestría en Gestión de la Calidad Sede Xalapa*. Xalapa, México.
- Claver, E., Molina, J. F., & Tarí, J. (2011). *"Gestión de la calidad y gestión medioambiental: Fundamentos, herramientas, Normas ISO y relaciones"*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Corella, J. (1998). *Introducción a la gestión de marketing en los servicios de salud*. Navarra: Fondo de publicaciones del Gobierno de Navarra.
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)*. Málaga: ICB Editores.
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión integral de la calidad. Implantación, control y certificación*. Barcelona: Profit Editorial.
- Del Molino, J., Moreno, J., Moreno, M., Morillas, P., Palacios, J., Rodicio, E., & Salgado, J. (2008). *Modelo Q+4D: cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida*. Madrid, España: AENOR Ediciones.
- Drummond, H. (1995). *Qué es hoy la calidad total: El movimiento de la calidad*. Madrid, España: Deusto.
- Galviz, G. (2011). *Calidad en la Gestión de Servicios*. Maracaibo: Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta.
- Gómez, J. (2017). *Guía para la aplicación de ISO 9001:2015*. Bogotá: AENOR Ediciones.
- International Standardization for Organizations. (2015). *ISO 9001:2015 Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos*. ISO.
- Jacho, J. (2014). *Propuesta de aplicación de la metodología de las 9 S en la microempresa Providersa*. Ecuador.
- Juárez, C. (Octubre de 2009). *Propuesta para implementar metodología 5 S's en el departamento de cobros de la subdelegación Veracruz Norte IMSS*. Xalapa,

Veracruz, México.

Olvera, L., & Scherer., A. (9 de Octubre de 2009). *El cliente y la calidad en el servicio*. México: Editorial Trillas.

Palomino, A. (2000). *Gerencia de empresas y administración de la calidad*. Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres - USMP.

Pérez, M. (2015). *El diagrama de blueprint del servicio: herramienta de diseño y control en la prestación de intangibles*. *Horizontes Empresariales*, 63-72.

Ramos, E. (2009). *Propuesta de metodología para la implementación de 5´s en las área productivas de los productos novasure, mammosite y adiana dela empresa Hologic Surgical Products*. San José, Costa Rica.

APÉNDICES

Apéndice A. Matriz de Consistencia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
<p>Título: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS OPERADORES TURÍSTICOS EN EL MUELLE DEL CHACO EN RELACIÓN AL PROCESO DE RECEPCIÓN A LOS VISITANTES AL CIRCUITO TURÍSTICO DE LAS ISLAS BALLESTAS – ICA APLICANDO LA METODOLOGÍA DE LAS 5S”</p> <p>Autor: Katya Nora López Gálvez</p>			
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	DIMENSIÓN E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>P.G. ¿De qué manera se puede mejorar la calidad del servicio de los operadores turísticos en el muelle del chaco en relación al proceso de recepción a los visitantes al circuito turístico de las islas ballestas – Ica aplicando la metodología de las 5s?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>P.E.1. ¿Cuáles son los factores de la metodología de las 5s que influyen en mejora de la calidad del servicio que ofrecen los operadores turísticos en el proceso de recepción de los turistas que visitan las Islas Ballestas ICA?</p> <p>P.E.2. ¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio de los visitantes con respecto al proceso de recepción brindado por los operadores turísticos de las Islas Ballestas ICA?</p>	<p>O.G. Determinar de qué manera se puede mejorar la calidad del servicio de los operadores turísticos en el muelle del chaco en relación al proceso de recepción a los visitantes al circuito turístico de las islas ballestas – Ica aplicando la metodología de las 5s.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>O.E.1. Determinar los factores de la metodología de las 5s que influyen en mejora de la calidad del servicio que ofrecen los operadores turísticos en el proceso de recepción de los turistas que visitan las Islas Ballestas ICA</p> <p>O.E.2. Conocer la percepción de la calidad del servicio de los visitantes con respecto al proceso de recepción brindado por los operadores turísticos de las Islas Ballestas ICA.</p>	<p>Dimensión: KAISEN 5s</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seiri / Clasificación - Seiton / Organización - Seiso / Limpieza - Seiketsu / Bienestar Social - Shitzuke / Disciplina 	<p>MÉTODO: Científico</p> <p>DISEÑO: No experimental - Descriptivo</p> <p>POBLACIÓN Operadores turísticos localizados en el distrito de Paracas Provincia de Pisco departamento de Ica, registrados en la Dirección Regional de Turismo de Ica (DIRCETUR ICA).</p> <p>MUESTRA 10 Operadores turísticos del distrito de Paracas.</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>Técnicas: Observación.</p> <p>Instrumentos: Lista de Cotejo</p>

Apéndice B. Lista de Cotejo.

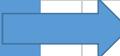
BALLESTAS EXPEDICIÓN

Contador	Item	Sub item	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo y de atención al cliente se encuentra con material que no es utilizado para el servicio.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cuentan con muy poco material de publicidad, según manifiesta el personal, no lo necesitan por que el cliente lo ve por internet.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvien la atención y la concentración en el servicio demandado y más a(un, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo se encuentra con obstáculos como maletas y bicicletas que lo utilizan para alquiler.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con computadoras pero no son utilizadas para la atención al cliente, pues todo se realiza de forma manual.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con señales que guíen a los clientes hacia las zonas de servicio.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores, pues el propietario menciona que lo maneja de manera directa cuando sea necesario.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de atención al cliente para este servicio, también es utilizado como recepción del establecimiento hotelero que funciona en el mismo lugar.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los objetos, material o herramienta utilizada para este servicio se encuentran en completo desorden y sin una codificación adecuada.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un área adecuada de almacén que sirva para colocar los objetos en desuso.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontofice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece, la propietaria menciona que ella conoce de memoria los servicios y no maneja documentación al respecto.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe estrés lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	A pesar que la empresa cuenta con un espacio pequeño para el servicio, es bastante iluminado, pues las mamparas se abren para el ingreso de luz natural.
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defeto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son bajísimos debido al espacio reducido ya las fuertes temperaturas registradas en la zona.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es muy pequeño para la cantidad de personas que laboran
18		3.4	Existe un lugar destinado al arroj de desperdicios producidos por los usuario y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo se encontró en completo desorden y suciedad, a la vista se puede evidenciar la falta de mantenimiento y programa de limpieza.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuario y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se pudo observar que no se realiza labores al finalizar las labores.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5																									
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se pudo evidenciar la falta de señales de seguridad en el área de trabajo, tanto para clientes y para trabajadores.																								
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.																								
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Actualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomación pertinente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.																								
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5																									
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones, la propietaria manifiesta que no lo implementa por falta de conocimiento.																								
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos, la propietaria asegura que el personal conoce su trabajo de acuerdo a sus funciones.																								
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad administrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridad y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales																								
26	5.4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal administrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La propietaria manifestó que sí realizan reuniones periódicas, pero no existe registro de ello																								
<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #f4a460;">Leyenda</td> <td style="background-color: #4f81bd; color: white;">Porcentaje de cumplimiento</td> <td style="background-color: #4f81bd; color: white; text-align: center;">➔</td> <td style="background-color: #4f81bd; color: white; text-align: center;">27.69%</td> </tr> <tr> <td>1 Mala</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2 Regular</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3 Buena</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4 Muy buena</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5 Excelente</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>				Leyenda	Porcentaje de cumplimiento	➔	27.69%	1 Mala				2 Regular				3 Buena				4 Muy buena				5 Excelente									
Leyenda	Porcentaje de cumplimiento	➔	27.69%																														
1 Mala																																	
2 Regular																																	
3 Buena																																	
4 Muy buena																																	
5 Excelente																																	

BALLESTAS PARADISE

Contador	Ítem	Sub Ítem	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con material innecesario en el área de trabajo. No existe una buena clasificación de material.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con publicidad, pero es insuficiente para la demanda de turistas que llegan al lugar.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvían la atención y la concentración en el servicio demandado y más a(un, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo se encuentran llenos de obstáculos.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con instalaciones adecuadas para los equipos con los que cuenta.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con la señalética adecuada.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un mapa de servicio.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los objetos, material o herramienta utilizada para este servicio se encuentran en completo desorden y sin una codificación adecuada.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un área adecuada de almacén que sirva para colocar los objetos en desuso.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe estres lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La iluminación es escasa
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defeto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son bajísimos debido al espacio reducido.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es un modulo inadecuado.
18		3.4	Existe un lugar destinado al arroj de desperdicios producidos por los usuario y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con contenedores para desperdicios.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuario y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un control de limpieza establecido.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5	
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se pudo evidenciar la falta de señales de seguridad en el área de trabajo, tanto para clientes y para trabajadores.
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Actualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5	
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad admnistrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridada y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales
26	5.4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal admnistrativo y operativo, con el fin de analziar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existen reuniones en la empresa.
Leyenda				Porcentaje de cumplimiento 					21.54%
1 Mala									
2 Regular									
3 Buena									
4 Muy buena									
5 Excelente									

CAROL TRAVEL ADVENTURE

Contador	Ítem	Sub ítem	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN							1	2	3	4	5	
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con material innecesario en el área de trabajo. No existe una buena clasificación de material.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con publicidad, pero es insuficiente para la demanda de turistas que llegan al lugar.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvían la atención y la concentración en el servicio demandado y más a(un, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo se encuentran llenos de obstáculos.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con instalaciones adecuadas para los equipos con los que cuenta.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con la señalética adecuada.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN							1	2	3	4	5	
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un mapa de servicio.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los objetos, material o herramienta utilizada para este servicio se encuentran en completo desorden y sin una codificación adecuada.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un área adecuada de almacén que sirva para colocar los objetos en desuso.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA							1	2	3	4	5	
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La iluminación es escasa
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defecto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son bajos creando incomodidad a los visitantes.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es inadecuado.
18		3.4	Existe un lugar destinado al arrojado de desperdicios producidos por los usuarios y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los contenedores con los que cuentan no se encuentran clasificados.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuarios y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un control de limpieza establecido.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5	
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con señales de seguridad.
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Actualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5	
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad adminsitrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridad y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales
26	5.4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal adminsitrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No tienen reuniones periódicas.
Leyenda				Porcentaje de cumplimiento				21.54%	
1 Mala									
2 Regular									
3 Buena									
4 Muy buena									
5 Excelente									

ECOMARINE

Contador	Ítem	Sub ítem	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con material innecesario en el área de trabajo. No existe una buena clasificación de material.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con publicidad, pero es insuficiente para la demanda de turistas que llegan al lugar.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvíen la atención y la concentración en el servicio demandado y más aún, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo se encuentra con obstáculos a determinadas horas del día.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con instalaciones adecuadas para los equipos con los que cuenta.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con la señalética adecuada.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un mapa de servicio.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los objetos, material o herramienta utilizada para este servicio se encuentran en completo desorden y sin una codificación adecuada.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con un almacén pero es insuficiente para la cantidad de objetos en desuso con los que cuentan.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe estres lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con una iluminación natural adecuada.
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defeto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son los adecuados.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es adecuado.
18		3.4	Existe un lugar destinado al arrojado de desperdicios producidos por los usuarios y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los contenedores con los que cuentan no se encuentran clasificados.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuarios y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un control de limpieza establecido.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5	
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con señales de seguridad.
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Actualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5	
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad admnistrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridad y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales
26	5.4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal admnistrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No tienen reuniones periódicas.
Leyenda									
1 Mala									
2 Regular									
3 Buena									
4 Muy buena									
5 Excelente									

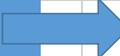
HUACACHINA TOURS

Contador	Item	Sub item	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una buena clasificación de material.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con publicidad, pero es insuficiente para la demanda de turistas que llegan al lugar.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvíen la atención y la concentración en el servicio demandado y más a{un, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo son muy pequeños y se encuentran llenos de obstáculos.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con instalaciones adecuadas para los equipos con los que cuenta.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con la señalética adecuada.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un mapa de servicio.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un lugar específico para cada herramienta, material u objeto.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con un almacén pero es insuficiente para la cantidad de objetos en desuso con los que cuentan.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe estres lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con una iluminación adecuada.
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defecto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación no son los adecuados.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es adecuado.
18		3.4	Existe un lugar destinado al arroj de desperdicios producidos por los usuario y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los contenedores con los que cuentan no se encuentran clasificados.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante el usuario y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un control de limpieza establecido.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5	
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con señales de seguridad.
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Actualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5	
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad admnistrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridad y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales
26	5.4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal admnistrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No tienen reuniones periódicas.
Leyenda									
1 Mala									
2 Regular									
3 Buena									
4 Muy buena									
5 Excelente									

PARACAS EXPLORER

Contador	Ítem	Sub ítem	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no selecciona el material para la buena atención al cliente.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con insuficiente material de publicidad.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvíen la atención y la concentración en el servicio demandado y más aún, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los pasillos y áreas de trabajo son muy pequeños.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los equipos son inadecuados para la atención.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La señalética es escasa y crea desorden.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de atención al cliente es inadecuado.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los objetos, material o herramienta utilizada para este servicio se encuentran en completo desorden y sin una codificación adecuada.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un área adecuada de almacén que sirva para colocar los objetos en desuso.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con exhibidores en mal estado.
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La iluminación es mínima.
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defecto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son bajísimos debido al espacio reducido.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es un modulo inadecuado.
18		3.4	Existe un lugar destinado al arroj de desperdicios producidos por los usuario y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe ningún lugar destinado para el arroj de desperdicios.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuario y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un control de limpieza establecido.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5	
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se pudo evidenciar la falta de señales de seguridad en el área de trabajo, tanto para clientes y para trabajadores.
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Actualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5	
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad adminsitrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridada y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales
26	5.4	Se realizanreuniones periódicas entre los directivos, personal adminsitrativo y operativo, con el fin de analziar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existen reuniones en la empresa.
Leyenda				Porcentaje de cumplimiento 					25.38%
1 Mala									
2 Regular									
3 Buena									
4 Muy buena									
5 Excelente									

PARACAS OVERLAND

Contador	Item	Sub item	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo y de atención al cliente cuenta con material necesario para este servicio pero en pocas cantidades.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cuentan con material de publicidad, pero en pocas cantidades.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvíen la atención y la concentración en el servicio demandado y más a un, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo se encuentran libre de obstáculos en determinados días, los fines de semana lo usan como espacios para colocar material de trabajo.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con equipos y tecnologías adecuadas, pero es insuficiente en el "momento de la verdad"
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un espacio adecuado para ser usado como sala de espera.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de atención al cliente es inadecuado.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los objetos, material o herramienta utilizada para este servicio se encuentran en completo desorden y sin una codificación adecuada.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un área adecuada de almacén que sirva para colocar los objetos en desuso.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe estres lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo cuenta con iluminación inadecuada
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defeto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son bajísimos debido al espacio reducido y a las fuertes temperaturas registradas en la zona.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es muy pequeño para la cantidad de personas que laboran
18		3.4	Existe un lugar destinado al arrojado de desperdicios producidos por los usuario y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existen políticas de discriminación de residuos.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuario y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se evidencia que las labores de limpieza no se realizan adecuadamente.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5	
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se pudo evidenciar la falta de señales de seguridad en el área de trabajo, tanto para clientes y para trabajadores.
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Actualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5	
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad admnistrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridada y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales
26	5.4	Se realizanreuniones periódicas entre los directivos, personal admnistrativo y operativo, con el fin de analziar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe registro de las reuniones periódicas.
Leyenda									
1 Mala									
2 Regular									
3 Buena									
4 Muy buena									
5 Excelente									

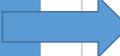
PARACAS PERÚ

Contador	Ítem	Sub ítem	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una buena clasificación de material.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con publicidad, pero es insuficiente para la demanda de turistas que llegan al lugar.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvíen la atención y la concentración en el servicio demandado y más a fun, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo se encuentran llenos de obstáculos.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con instalaciones adecuadas para los equipos con los que cuenta.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con la señalética adecuada.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un mapa de servicio.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa se encuentra desordenada, lo que evidencia que no existe un lugar específico para cada herramienta, objeto o material de trabajo.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con un almacén pero es insuficiente para la cantidad de objetos en desuso con los que cuentan.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso de iluminación (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con una iluminación adecuada.
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defecto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación no son los adecuados.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es adecuado.
18		3.4	Existe un lugar destinado al arrojado de desperdicios producidos por los usuarios y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los contenedores con los que cuentan no se encuentran clasificados.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuarios y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un control de limpieza establecido.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5															
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con señales de seguridad.														
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como sonsecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.														
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Acualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.														
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5															
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.														
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.														
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad admnistrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las activaddes de servicio con criterios de seguridada y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales														
26	5.4	Se realizanreuniones periódicas entre los directivos, personal admnistrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No tienen reuniones periódicas.														
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Leyenda</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Mala</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Regular</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Buena</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Muy buena</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Excelente</td> </tr> </tbody> </table>				Leyenda		1	Mala	2	Regular	3	Buena	4	Muy buena	5	Excelente	<table border="1"> <tr> <td>Porcentaje de cumplimiento</td> <td></td> <td>24.62%</td> </tr> </table>					Porcentaje de cumplimiento		24.62%
Leyenda																							
1	Mala																						
2	Regular																						
3	Buena																						
4	Muy buena																						
5	Excelente																						
Porcentaje de cumplimiento		24.62%																					

PARACAS SIGHT & TOURS

Contador	Ítem	Sub ítem	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN							1	2	3	4	5	
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con material clasificado adecuado para el cliente.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referenciador y distractor.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con material de publicidad.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvíen la atención y la concentración en el servicio demandado y más a(ún, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Las áreas de trabajo se encuentran llenos de obstáculos.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los equipos son inadecuados para la atención.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no tiene una sala de espera.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN							1	2	3	4	5	
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de atención al cliente es inadecuado.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los objetos, material o herramienta utilizada para este servicio se encuentran en completo desorden y sin una codificación adecuada.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una disposición adecuada para tales elementos.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un área adecuada de almacén que sirva para colocar los objetos en desuso.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe una adecuada codificación de materiales
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA							1	2	3	4	5	
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe estres lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La iluminación es escasa
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defeto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son bajísimos debido al espacio reducido.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es un modulo inadecuado.
18		3.4	Existe un lugar destinado al arrojado de desperdicios producidos por los usuario y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuentan con contenedores para desperdicios.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuario y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un control de limpieza establecido.

4 SEIKETZU / BIENESTAR SOCIAL				1	2	3	4	5	
20	4.1	Existe señalización de seguridad en el área administrativa y de desarrollo de los servicios	Las normas legales establecen disposiciones para la colocación de señalética en los ambientes de trabajo o de desplazamiento de clientes y usuarios y de equipos que se debgan que nutilizar para el desarrollo del servicio, con el fin de velar por su seguridad. La mención a ello en el servicio a clientes y usuario, es señal de respeto y consideración por la persona humana, que el cliente valora	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se pudo evidenciar la falta de señales de seguridad en el área de trabajo, tanto para clientes y para trabajadores.
21	4.2	Existe un Mapa de Seguridad debidamente actualizado y expuesto a la vista del usuario	Actividad de cumplimiento de normas y reglamentos de seguridad y cuya evasión trae como consecuencias multas y sanciones que restan a la reputación de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existe un mapa de seguridad y el personal no conoce el procedimiento de seguridad utilizado en su empresa.
22	4.3	Existe un Manual de Seguridad que sirve de guía para la presentación de servicios que supongan algún riesgo para los clientes o el personal.	Acualmente la relgamentación de Seguridad y Salud en el Trabajo exige estándares de seguridad que incluyen e¿la utilización de equipos de protección personal -EPP-tanto a empleados como clientes o usuarios de los servicios que brinda una empresa. El adecuado uso de los EPP requiere de infomración pertinente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de seguridad.
5 SHITZUKE / DISCIPLINA				1	2	3	4	5	
23	5.1	Existe un Manual de Organización y Funciones	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de organización y funciones.
24	5.2	Existe un Manual de Procedimientos actualizado	Los manuales garantizan la coherencia entre las funciones y los recursos a utilizar y brindfan criterios de evaluación con el fin de identificar indicadores e índices	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un manual de procedimientos.
25	5.3	Se cumple con los informes mensuales a la autoridad admnistrativa de trabajo en materia de seguridad	El cumplimiento de estándares genera conocimiento y conciencia sobre el desarrollo de las actividades de servicio con criterios de seguridada y favorecen una adecuada percepción del servicio, esencialmente en un área sensible como son los servicios de transporte turístico marítimo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No se evidenció los informes mensuales
26	5.4	Se realizan reuniones periódicas entre los directivos, personal admnistrativo y operativo, con el fin de analizar la marcha del servicio al cliente.	Se obtiene evidencia acerca de problemas suscitados o conflictos latentes. Las soluciones son aporte de cada participante y la dirección las aprueba y efectiviza.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existen reuniones en la empresa.
Leyenda				Porcentaje de cumplimiento  20.77%					
1 Mala									
2 Regular									
3 Buena									
4 Muy buena									
5 Excelente									

PARACAS TOURS

Contador	Ítem	Sub ítem	Descripción	Caracterización	Categoría		Calificación					Resultados
					Tangible	Intangible	1	2	3	4	5	
1 SEIRI / CLASIFICACIÓN												
1		1.1	Existen artículos innecesarios en el área de trabajo	El área de trabajo administrativo y en especial el área de atención al cliente, debe presentar material clasificado como vital para la adecuada motivación del cliente o usuario que demanda y como elemento motivador para la demanda de futuros servicios.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo se encuentra ocupado con material innecesario para atención al cliente.
2		1.2	Las áreas de trabajo cuenta con las herramientas y material informativo visible y actualizado a disposición del cliente.	Los elementos auxiliares como publicidad estática, móvil, ambientación, displays y otros elementos de merchandising, deben ser coherentes con el mensaje que impulsó al cliente a tomar el servicio. Este material debe colaborar con el momentos de la verdad y debe estar actualizado y dispuesto para que sirva de elemento referencial y distractor.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cuentan con poco material de publicidad.
3		1.3	Los pasillos y áreas de trabajo o desplazamiento de clientes están libres de obstáculos	Deben evitarse elementos que desvíen la atención y la concentración en el servicio demandado y más a(un, aquellos que puedan migrar la demanda del servicio por la demanda a una queja.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cuentan con material de publicidad diferente al de su empresa.
4		1.4	Las instalaciones son adecuadas para el buen funcionamiento de los equipos	Deben considerarse equipos y tecnologías adecuadas con el fin de no enturbiar el "momento de la verdad" con el fin que el servicio fluya con calidad respecto de las expectativas del usuario o cliente.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuentan con una computadora ni material tecnológico.
5		1.5	Existen señales informativas visibles y actualizadas	La señalética es importante para la guía pasiva del usuario, mientras la guía activa la realiza el operador. Los ambientes deben presentar información que brinde garantía de no interrupción de la experiencia y requerimientos del usuario. Son importantes, señales de sala de espera, ordenadores de fila, ventanillas de atención.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa cuenta con un espacio muy pequeño para ser usado como sala de espera.
6		1.6	Existe un Manual de Clasificación de materiales de publicidad y de mantenimiento emitido por la Administración	Los Manuales son elementos estructuradores del conocimiento explícito y fomentadores de nuevo conocimiento y mejora continua	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con ninguna guía ni manual de clasificación.
7		1.7	Existe un Catálogo de proveedores homologados con los requisitos y características de los materiales complementarios	Los Catálogos de Proveedores son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con documentación de proveedores.
2 SEITON / ORGANIZACIÓN												
8		2.1	El Área de atención al cliente (Frontstage) se encuentra estructurada en un blueprinting o Mapa de Servicio	Existe una arquitectura de servicio representada en un mapa conceptual que de sentido a las acciones emprendidas y sea línea base de nuevas experiencias. Existe un lugar adecuado exclusivo para atención al cliente	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de atención al cliente es inadecuado.
9		2.2	Existe un lugar específico para cada objeto, material o herramienta	Los diversos movimientos que se programen mientras dure la experiencia del usuario debe contar con elementos de soporte para ello.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El material o herramienta se encuentra en completo desorden.
10		2.3	Los elementos adecuados para el proceso están en el lugar adecuado de trabajo	Los elementos de soporte deben estar en el lugar idóneo para evitar distorsiones y desorientaciones al usuario. Tales elementos pueden ser: sillas de espera, organizadores de fila, vitrinas de avisaje, etc.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Cuentan con muy pocas sillas de espera.
11		2.4	Existen áreas de almacenaje adecuado para objetos en desuso	Los almacenes son parte del proceso de servucción y disponen la custodia y mantenimiento de los materiales de soporte al servicio.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un área adecuada de almacén que sirva para colocar los objetos en desuso.
12		2.5	Existen dispositivos adecuados para la presentación de material actualizado para disposición del usuario	Los exhibidores o elementos de apoyo deben ir de acuerdo a un formato de ambientación tipo, que refleje la imagen institucional de la empresa que brinda el servicio y mejoran el escenario.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuenta con exhibidores o elementos de apoyo
13		2.6	El material, herramientas y materiales se encuentran codificados	La codificación favorece el adecuado recambio de las exhibiciones en el frontoffice y disminuye el ciclo de aprovisionamiento.	x		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No cuentan con una codificación adecuada.
14		2.7	Existe catálogo de productos y servicios emitido por la administración	Los Catálogos de Bienes y Servicios son garantía de una cadena de abastecimientos coherentes con la industria que se piensa lograr.	x		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La empresa no cuenta con un catálogo de productos y servicios que ofrece.
3 SEISO / LIMPIEZA												
15		3.1	El área de trabajo tiene adecuados niveles de iluminación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso lumínico (Exceso de iluminación) o defecto lumínico (escasez).			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo cuenta con muy poca iluminación.
16		3.2	El área de trabajo tiene adecuados niveles de ventilación	El monitoreo técnico se puede realizar mediante instrumentos técnicos o por observación natural. Se debe apreciar si existe exceso o defecto de ventilación según la estación. El objetivo es crear un ambiente agradable y libre de olores extraños o que causen molestia en los clientes			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Los niveles de ventilación son bajísimos debido al espacio reducido y a las fuertes temperaturas registradas en la zona.
17		3.3	El área de trabajo se encuentra libre de desperdicios	Se incluye: Áreas de desplazamiento de usuarios, personal administrativo y personal de servicios; escritorios y mostradores.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El área de trabajo es muy pequeño para la cantidad de personas que laboran
18		3.4	Existe un lugar destinado al arrojado de desperdicios producidos por los usuarios y el personal administrativo.	Existen políticas de discriminación de residuos que implican la adopción de una cultura medioambientalista que puede beneficiar la reputación de la empresa.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No existen políticas de discriminación de residuos.
19		3.5	Existe un programa de mantenimiento y limpieza establecido, haciendo énfasis en las labores de limpieza al final de cada jornada.	Las labores de limpieza específica las debe realizar cada personal que labora y dispone de un escritorio con el fin de evitar la destrucción o pérdida de documentación administrativa parte de cualquier gestión pendiente ante los usuarios y con el fin de velar por la custodia del material publicitario a entregar.			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se evidencia que las labores de limpieza no se realizan adecuadamente.