UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
Dirección de Postgrado
Especialización Administración de Empresas
Cátedra Investigación de Mercados
Profesor Vincenzo Ruggiero

TESIS

“Desarrollo de Nuevos Servicios como factores claves de éxito para una Tintorería, Implementado bajo un Sistema Lean Six Sigma”

Integrante:
Zahira Aguilar Moó
C.I. 9.954.677
Caracas, Diciembre 2009

CONTENIDO

CAPITULO I

1. Introducción y Justificación 4
2. Planteamiento del Problema 5
3. Objetivo General 5
4. Objetivos Específicos 5
5. Limitaciones 6

CAPITULO II

Marco Teórico

1. Conceptos básicos 7
2. Misión 13
3. Visión 13
4. Marco Legal 13
5. Las 4 P en Mercadeo 14
   5.1Producto
   5.2Plaza
   5.3Precio
   5.4Promoción

CAPITULO III

Marco metodológico

1. Población 17
2. Target 17
3. Tipo de Investigación 18
   a. Descriptiva
      i. Entrevista
   b. Exploratoria 18
      i. Encuestas
4. Tamaño de la Muestra 19
5. Trabajo de campo 20

CAPITULO IV

Cronograma de Actividades

a. Cronograma 21

CAPITULO V

Análisis de Resultados

1. Cualitativo (Matriz) 22
2. Cuantitativo (Encuestas) 27
3. Conclusiones 44
4. Recomendaciones 45

CAPITULO VI

a. Bibliografía 45

ANEXOS

1. Diseño de la entrevista 46
2. Encuesta relacionada con el servicio (diseño) 48

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Centro Comercial Caracas, en Montalbán III, funciona una Tintorería desde hace más 20 años, sus operaciones están basadas en el servicio de tintorería y arreglos de prendas de vestir al momento, dependiendo del caso. La actividad del lavado y planchado es ejecutada por LAVOBLANCO, fungiendo así, como aliado de negocios, adicionalmente se realizan todo tipo de arreglos a las prendas de vestir, al momento , requiriendo un lapso de tiempo de espera de aproximadamente una hora, dependiendo del caso.

Por el largo tiempo que estuvo operando con la misma administración, se llevo una gerencia tradicional y conservadora, dependiendo así de sus clientes más fieles, descuidando la oportunidad de captar nuevos clientes, el objetivo fue mantenerse con la misma cartera de cliente, y cubrir así, la cuota mensual suficiente para operar y generar una rentabilidad constante.

Se presento un cambio en la Gerencia, la cual trae consigo mayores expectativas visión y necesidad de adaptarse a los nuevos requerimientos y exigencias del mercado actual. Es por ello que surge la necesidad de realizar este estudio de investigación de Mercado y aclarar las siguientes interrogantes:

- Podemos incrementar nuestra cartera de clientes, con estos nuevos servicios?
- Contamos con la infraestructura necesaria para la implementación de los mismos?
- Cuanto se debe invertir en la implantación de los mismos?

- Cuanto se debe invertir en medios publicitarios?

Aun cuando sabemos que tenemos el tiempo con limitación del tiempo, ya que quieren reinaugurar el 1ero de Diciembre de 2009.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La necesidad de implementar los servicios como lo son: entrega a puerta (domicilio) o Delivery; además de incluir un área de espera para los usuarios y las alternativas de adicionar una pagina Web o Web site, adicionalmente estudiar la posible receptividad de implementar un sistema de entrega por medio de cajero, de las prendas; con la garantía de no perder la inversión que se va a realizar, y estudiar su factibilidad.

3. OBJETIVO GENERAL

"Evaluar la factibilidad de la implementación de nuevos servicios para incrementar los ingresos en la Tintorería tipo Ecológica, ubicada en Centro Comercial Caracas en Montalbán III, llamada Lavoblanco "

4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Identificar la necesidad de servicio que requieren los clientes de la tintorería, cuando hacen uso de esta.
2. Determinar los recursos necesarios para la implementación de los servicios requeridos.
3. Adaptar los procesos que involucran la puesta en marcha de estos servicios.
4. Diagramar los procesos que involucran la puesta en marcha de estos servicios.
5. Seleccionar de los servicios factibles y rentables.

5.- LIMITACIONES

Es bien sabido, que al realizar este tipo de estudio nos vamos a encontrar con una serie de limitaciones, necesarias de superar o mitigar.

La limitaciones surgidas en este caso en especifico es de tiempo, ya que nos debemos ajustar a la interrupciones por vacaciones de julio-septiembre, duración de un semestre, que en este caso es desde Octubre a Febrero, aunado a esto las vacaciones decembrinas y por último también nos encontramos con limitaciones de espacio, porque el foco es en la Tintorería Montalbán III, ubicada en el Centro Comercial Caracas, en Montalbán-Caracas y nuestra población de estudio es limitada al lugar.

El tiempo es factor limitante, porque se requiere como mínimo 6 meses para hacer el estudio aplicando la metodología Lean Six Sigma (LSS) en todas las fases. Adicionalmente podemos aclarar que la Tesis por ser un Estudio de Mercado solo aplicaremos las tres primeras fases de la metodología (Definir, medir y analizar) y por ende, como no procede la implementación no se podrá medir el ahorro económico.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

1. CONCEPTOS BASICOS

Tintorería

Una tintorería es un establecimiento en el que se encarga que limpien y planchen la ropa, a diferencia de la lavandería en la que solo se lava la ropa.

También lo podemos definir como un establecimiento especializado en el cuidado y mantenimiento textil. Sus instalaciones están preparadas para limpiar, planchar y mantener sus prendas. Dos son fundamentalmente los sistemas para el lavado de prendas:

Prendas (ropa)

Etimología

La palabra ropa deriva etimológicamente de la expresión germánica antigua raupjan (robar, saquear) que derivaría posteriormente en nuestro verbo robar y también por asimilación en 'ropa', debido a que las prendas de vestir eran objeto codiciado de pillaje. La ropa, por tanto, eran esos objetos susceptibles de ser robados, quedando posteriormente reducida a las prendas personales de vestir. En italiano, también se encuentra actualmente la palabra roba con un significado mucho más amplio que nuestra castellana ropa, ya que incluye además otros objetos, generalmente bienes fungibles y muebles.

Lavado acuoso.

Es un proceso mediante el cual se limpian las telas de cualquier tipo sumergiéndolas en agua con algún tipo de detergente o solución jabonosa que haga el efecto limpiador, ya sea manualmente o en maquinas (lavadoras).

Lavado con disolventes o Limpieza en Seco.

El lavado en seco es el proceso mediante el cual se limpian las telas naturales o sintéticas en un líquido acuoso o solvente.
Existen varios tipos de solventes como por ejemplo el percloroetileno, la gasnafta, green earth, rynex, CO2, etc.

El proceso de lavado en seco es similar al lavado con agua, la diferencia es que en éste no entra directamente la mano del hombre.

En el primer paso, el solvente disuelve y dispersa la suciedad de las telas, en el segundo paso se extrae el solvente junto con la suciedad y por último se quita la suciedad del solvente el cual se vuelve a utilizar.

Son varias las razones por las cuales las prendas deben ser lavadas en seco, la principal es que muchas telas no se pueden lavar con agua, ya que sufrirían daños irreparables como el típico encogimiento de la prenda. En muchos casos las tinturas de las prendas se disuelven con el agua, entonces el método ideal es el lavado en seco.

A continuación describiremos el proceso del solvente utilizado en una unidad de lavado en seco típica: El solvente pasa desde el tanque base al tambor para el ciclo

de lavado. Desde aquí pasa a través del filtro y vuelve al tanque base. El solvente pasa

del ciclo de lavado a través del destilador para su purificación y es devuelto al tanque base.

En el caso de máquinas de lavado en seco nuevas, la máquina opera con un destilador continuo que permite que el solvente sea reciclado a lo largo de la operación. En la fase de secado, el solvente queda en las prendas y es evaporado por medio de aire caliente. Los vapores del solvente son condensados y devueltos al tanque base en forma de líquido.

Es evidente que el lavado con solvente es un lavado profesional, ya que en casa no se puede realizar y requiere de conocimientos especiales para el manejo de la maquinaria y equipo, del terminado de las prendas, con lo cual éste proceso da una apariencia nueva a la ropa.

Tintorería Ecológica

Establecimiento que se dedica al lavado y planchado de prendas (ropa); a diferencia de una tintorería tradicional, en esta la única diferencia es que se utilizan productos ecológicos; es decir productos que por su composición química son biodegradables y no contaminan el medio donde se dispersan.

LEAN SIX SIGMA

El Six Sigma es una filosofía popular de gerencia que se esta extendiendo por el mundo entero, Su meta es hacer a las compañías más eficaz y eficientes. Eficacia es el grado en el cual una organización satisface o supera los requisitos de sus

clientes. La eficacia se refiere a los recursos que consume para alcanzar esa eficacia.

El Six sigma equivale a no mas de 3,4 malas experiencias para cada millón de oportunidades de servir a los clientes. La mayor parte de las empresas opera con rendimientos entre 2 y 3sigma, lo que en el mejor de los casos significa casi 70.000 malas experiencias por millón de oportunidades.

Six Sigma es la aplicación del método científico a la resolución de un problema. Con una ventaja adicional: no es preciso ser científico para llevarlo adelante.

Básicamente, Six Sigma es una metodología para encarar proyectos cuyo fin es conseguir un ahorro económico, en industrias o servicios.
Consta de cinco instancias: definir, medir, analizar, implementar y controlar.

El primer de los pasos es **DEFINIR**: en este paso se organiza el equipo de proyecto, se prepara un cuadro, se determinan y verifican las necesidades y requisitos de los clientes y finalmente se crea un diagrama de alto nivel del proceso actual **MEDIR:** En este paso se calcula el actual desempeño del sigma del proceso e implica hacerlo sobre el sistema que está produciendo un gasto excesivo. A partir de ello, es preciso determinar qué variables mensurar. Esta etapa se da por terminada con la asignación de un porcentaje de error de los defectos del sistema.

El siguiente paso es **ANALIZAR**, conlleva mirar detenidamente esos datos a partir de un riguroso trabajo estadístico. Esta etapa finaliza cuando se encuentra la causa-raíz y se pueden cuantificar financieramente las pérdidas que ella ocasiona.

Le sigue la tarea de **IMPLEMENTAR**, se trata aquí de resolver la causa-raíz del problema. Con ese fin se efectúa una simulación o una prueba piloto.

El último paso, relativo a la función de **CONTROLAR**, comienza con un plan de verificación para asegurar que la implementación dé los resultados esperados. Ello incluye el Gerenciamiento del cambio.

Cuando todo está realmente bajo control y se obtienen beneficios económicos mensurables, puede decirse que el proyecto ha concluido.

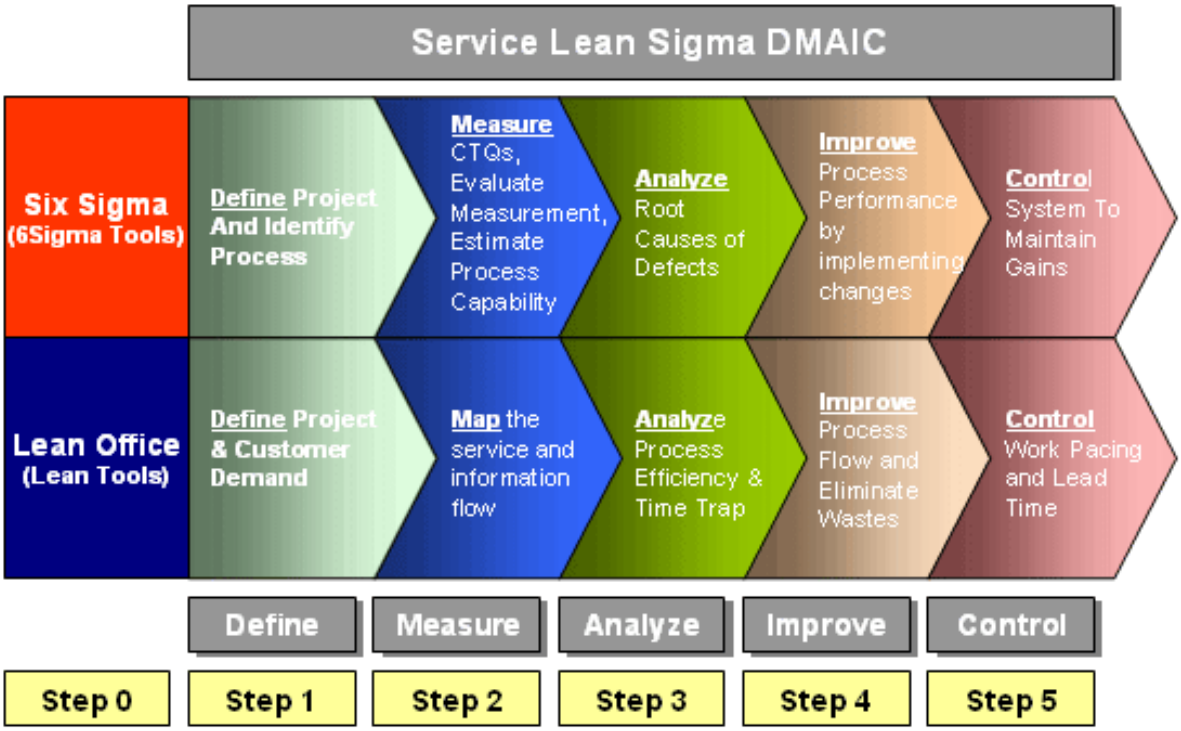
Con anterioridad y con posterioridad a la implementación de un proyecto de Six Sigma, se efectúan otras dos tareas: definir el proyecto y realizarlo.

Definir el proyecto significa plantear una posible causa, como cuando se fija una hipótesis de trabajo en una tesis.
La etapa de realización exige medir exhaustivamente los ahorros conseguidos en conjunto con el área financiera.
Estas dos instancias permiten, al final del proceso y luego de tres meses, determinar si la labor ha sido exitosa o no.
Cuando el proyecto dio los frutos esperados, lo lógico es que se busque cómo replicarlo generando un leverage o apalancamiento. Si bien cada proyecto es sumamente específico, puede repetírselo, por ejemplo, en una sucursal de la compañía que lo impulsó o en otra de sus plantas industriales.

El método científico

Se podría decir que Six Sigma es la aplicación del método científico a la resolución de un problema. Con una ventaja adicional: no es preciso ser científico para llevarlo adelante. De hecho, lo más interesante y uno de los motivos de su gran difusión, es que puede ser aprendido por personas de distinta formación.
Quien lidera el proyecto es llamado Black Belt. Los que integran los equipos son Green Belts.

Por otra parte, se comprobó que, para potenciar sus logros, lo más adecuado es combinar **Six Sigma** con **Lean Management**, una metodología que comprende herramientas como el trabajo en células, los entornos de polivalencia, el Kanban o la programación finita con sistemas de programación, la flexibilidad en la producción y el autocontrol de la calidad. Surge así el **Lean Six Sigma**, como una superación de Six Sigma y con cada vez más adeptos.



2. MISION

Satisfacer las necesidades de la comunidad cercana a la tienda existente en cuanto al lavado y mantenimiento de textiles y pieles y servicios auxiliares del hogar, con la máxima relación calidad / precio, mediante el procesamiento de sus prendas en instalaciones operadas eficientemente por especialistas del ramo, gerenciando con criterios de excelencia y máxima rentabilidad y con la máxima satisfacción del personal que labora en nuestra empresa.

3. VISION

Ser y permanecer en el tiempo como una tienda preferida por la comunidad de el sector suroeste de la ciudad, para el lavado e higienización de textiles y pieles y servicios auxiliares del hogar, basando su éxito en el aporte que cada miembro de la organización sume al colectivo para lograr que el usuario del servicio se sienta confiado y satisfecho.

4. MARCO LEGAL

Para la implementación de los nuevos servicios en la Tintorería ubicada en Montalbán III- Caracas esta enmarcado en las cláusulas del contrato establecido con el representante de la empresa Lavo blanco; además del uso de la Ley Orgánica del Trabajo; Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo; Código de Comercio y la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, además de cualquier Ordenanza y providencia emanada de Organismos del Estado.

5. LAS 4 P EN MERCADEO (Producto (Servicio), Plaza, Promoción y Publicidad)

5.1 Producto (Servicio)

El producto es el servicio de tintorería, lavado y planchado de prendas de vestir y otras piezas textiles, desmanchado, arreglo y confección de prendas, que se presta en la tintorería Montalbán III, son servicios de calidad, en caso de reparación de prendas se realiza en el mismo local, dado por costureras especializadas y con acabados de optima calidad satisfaciendo las necesidades y peticiones de los usuarios, en el caso del lavado de las prendas se realiza consignando las piezas a la casa matriz, una vez que tienen el acabado final la casa matriz las devuelve para su entrega final al cliente, aunque se tiene la desventaja de no contar con la maquinaria dentro de la tintorería.

5.2 Plaza/Distribución

• ¿Debería la empresa tratar de entregar su oferta directamente a los consumidores. o es mejor que entregue ofertas seleccionadas valiéndose de otras compañías?

En este caso y hasta el momento el servicio se ofrece directamente en el local donde funciona la tintorería; más se piensa implementar el servicio de entrega a domicilio (Delivery), además de la creación de una página Web, donde se dará a conocer los servicios que presta la tintorería, y facilitar a los usuarios familiarizados con el uso de internet poder tener un contacto directo con el dueño del negocio, para así brindar un mejor servicio.

• ¿Qué instalaciones deben emplearse para la prestación del servicio?

Actualmente las instalaciones en donde se presta el servicio están sujetas en algunos puntos a remodelación a baja escala, sin embargo estas instalaciones actuales cumplen con lo establecido en la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Con una futura expansión de un espacio sin uso con el que se cuenta.

5.3 Promoción

• ¿Cómo encuentra un cliente típico los servicios de la empresa?

Cuenta por ahora para ello, con la visita directa al local donde funciona actualmente la tintorería, visita al Centro Comercial donde tiene su sede física, en un futuro se piensa contar con página Web, para brindar mayor información sobre los servicios que presta y tener contacto directo con el cliente, además de poder contar más adelante con servicios prestados por medio de esta página.

Visita de posibles clientes, de gran consumo en la zona, como clínicas y hoteles que necesiten este servicio para realizar contratos directos y con servicio de entrega en puerta.

5.4 Publicidad

En la actualidad no se utiliza ningún tipo de publicidad, más que con la colocada en el mismo local; se piensa elaborar la página Web, que por medio de buscadores algunas personas puedan ubicar nuestros servicios en la red, además se piensa

Elaborar material POP, o publicitario confeccionado en prendas (bolsas de tela, gorras,) con el nombre de la tintorería para que a la vez de darle un obsequio al cliente, se contribuye con la publicidad y promoción de la tintorería.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

1. POBLACION

Población es el conjunto de individuos que responden a una definición determinada. En demografía, se define como conjunto de individuos constituidos de forma estable, ligados por vínculos de reproducción e identificados por características territoriales, políticas, jurídicas étnicas o religiosas

La Población que fue objeto de este estudio la constituyen los habitantes de la zona de Montalbán III, quienes son potenciales demandantes del servicio de actividad del lavado y planchado de ropa.

2. TARGET

El Target o Grupo Objetivo dentro de este estudio lo constituyen el grupo de Personas consumidores habituales del servicio de tintorería, y que responden dirigimos primordialmente la publicidad de servicios de tintorería. Pueden ser los consumidores actuales o los potenciales, así como los compradores. Además responden a algunas características socio-demográficas y psicográficas

3. TIPO DE INVESTIGACION

3.1. Descriptiva

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Para lograr el mencionado objetivo se recurrió a entrevistas con expertos quienes aportaron ideas y conocimientos fundamentales para conocer la dinámica y comportamiento de los negocios de Tintorerías.

Estrategias de dirección y liderazgo dentro de este tipo de establecimientos, así como la percepción del mercado vista desde sus dueños y gerentes constituyen un importante valor agregado dentro de esta investigación.

3.2 Exploratoria

Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados son individuos, grupos y

Representaciones de las organizaciones científicas, no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

En el caso de este estudio se aplicaron encuestas, las cuales fueron aplicados entre los visitantes del Centro Comercial Caracas ubicado en Montalbán III y que permitieron recabar información fundamental para el desarrollo y conclusiones de esta investigación.

4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra aplicada dentro de esta investigación es de un total de 67 encuestas realizadas, se partió de un nivel de confianza del 90% = Z y un nivel de error del 10% = E

Z= 90% = 1,645 **E= 10% = 0,1**

n = (1,645)2 / 4(0,1) 2 = 67,8 aproximadamente, tomando en realidad 67 encuestados. La distribución de los 67 encuestados fue en base al sector de habitación, de acuerdo al siguiente cuadro:

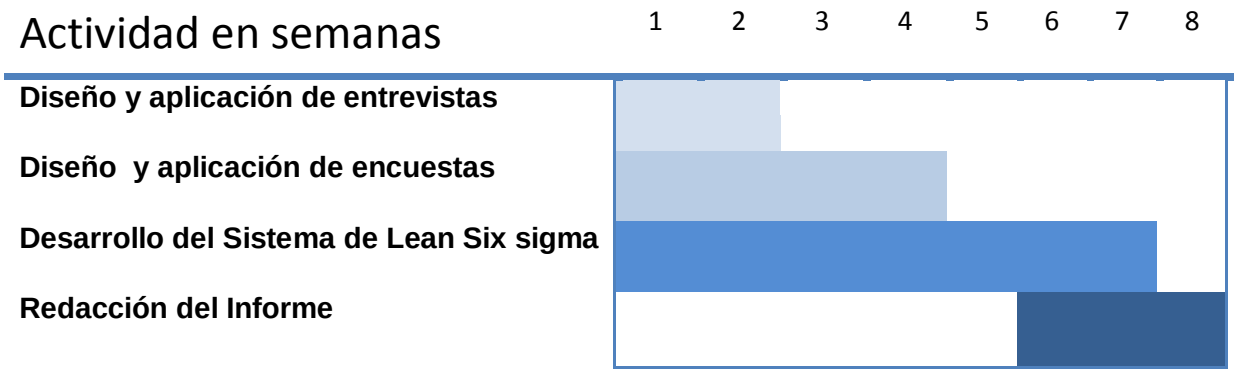
ZONA	NÚMERO DE POBLACION	PORCENTAJE QUE REPRESENTA	MUESTRA
Montalban I	218	10,78 %	7,33 = 7
Montalban II	570	28,18 %	19,16 = 19
Montalban III	927	45,84 %	31,17 = 31
Paraiso	38	1,87 %	1,27 = 1
Caricuao	54	2,67 %	1,81 = 2
La vega	6	0,29 %	0,19 = 0
Otros	209	10,33 %	7,02 = 7
Total de clientes a encuestar			**67**

5. TRABAJO DE CAMPO

En este proyecto aplicamos tres entrevistas a personas con larga experiencia y trayectoria en el ramo, donde nos aclaro muchas hipótesis que teníamos planteadas y para sustentar la investigación y conocer si existe la demanda para estos servicios realizamos 67 encuestas a una población seleccionada, usuarios del servicio, que nos ayudaron a llegar a una conclusión.

CAPITULO IV

1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



CAPITULO V

ANALISIS DE RESULTADOS

1. ANALISIS CUALITATIVO (MATRIZ)

Entrevistado-→	Entrevista realizada a la **Señora María Antonucci**, con experiencia de **20 años** en el negocio de Tintorería; en este caso Lavoblanco, ubicado en el Centro Comercial Caracas en Montalbán, Caracas	Entrevista realizada al **Sr. Azariel González**, con experiencia de **8 años** en el negocio de Tintorería; en este caso Tintorería Pariata, ubicado en la Calle Nueva de Pariata , Mun Vargas, Edo Vargas	Entrevista a Gloria Ovalles Sánchez con experiencia de **15 años** en el negocio de Tintorería y dueña de la Tintorería Aplanchados Firenze, S.R.L. (Ahora sólo Aplanchados)	**Conclusiones** ↓
Pregunta No 1: 1.- ¿Algún cliente ha solicitado algún servicio especial, que usted no este ofreciendo?	Solicitan el servicio rápido, Express en horas, igualmente responsabilidad y compromiso, pero eso si lo ofrecemos.	Realmente lo que busca el cliente en este servicio es rapidez y honestidad. Piden mucho el servicio de corte y costura de ruedos y ese tipo de arreglos, pero no los ofrecemos aquí.	Lo que pedían era rapidez en el servicio y precios solidarios	El Cliente siempre pide rapidez, calidad adicional el arreglo de ropa como adicional a la tintorería en si

Pregunta No 2: ¿Cuál es el servicio con mayor demanda por parte de los clientes?	Rapidez, calidad de servicio y el delivery o envió de las prendas, pero yo no lo tengo	El lavado de trajes y vestido, los demás tipos de prendas lo lavan en sus casas	piden el servicio de lavado de ropa por igual. Sin embargo la mayoría pedía el servicio cotidiano y a diario de la ropa de la semana	El lavado de ropa fina o delicada, fluxes o todas aquellas prendas difícil de lavar en casa
Pregunta No 3: ¿Cree usted que el servicio delivery o entrega en puerta es una necesidad de sus clientes?	Si, aunque es difícil, se necesita de personas que estén colaborando y que sean de confianza. En cuanto al servicio Delivery, si lo han pedido, pero yo no podía brindarlo. Sin embargo, considero que el servicio de Delivery es una idea constructiva, la cual bien manejada permitiría diversificar las fuentes de ingresos en este tipo de negocios.	Esta tintorería está en una zona populosa del Estado Vargas, no creo conveniente ese tipo de propuesta, sería muy engorroso y complicado, recordemos que estamos rodeados de barrios y cerros, sin embargo, considero que el servicio de entregas puede ser beneficioso si se trata de un cliente fijo, por ejemplo un restaurante o una agencia de festejos, pues se trata de casos especiales.	En esta zona no, no me lo pedían, Claro esa idea es buena quizás en otra zona, donde los clientes lo pidan, sería algo bueno	Si es un servicio que trae valor agregado, aunque la demanda está ligada al sector donde esté ubicada, es decir el nivel de vida, cuando son sectores de bajo nivel ellos no lo solicitan, porque lo que buscan es el menor precio, mientras que un nivel alto es un demandante del servicio

Pregunta No 4: ¿Usted cree disponer de un área de espera, como un pequeño cafetín, es necesario hoy en día, para que los clientes se sientan cómodos al momento de esperar por algún arreglo?	Me parece una idea genial, sería más cómodo para los clientes tener un sitio en el que puedan tomar un café o leer la prensa	No me cierro a la idea que planteas, pero como no prestamos ese servicio no lo vemos como una buena opción, nuestros clientes vienen, dejan su ropa y se van, realmente no hay por qué esperar aquí en realidad	Si yo tengo un área atrás en la cual se puede hacer eso; pero a mí no funcionaria, la gente de por acá siempre anda apurada	De igual manera va a depender del servicio , es decir cuando hay servicio de arreglos esto lo amerita, si es solo tintorería no sería necesario porque son clientes de paso
Pregunta No 5: ¿Cree que los clientes tengan urgencia de retirar alguna prenda fuera del horario laboral, como después de las ocho de la noche o un domingo?	Si definitivamente; después de las 6 pm, se necesita, si fuera posible tener el personal suficiente seria un punto a favor	Hemos atendido casos excepcionales, inclusive feriados; de acuerdo a los costos no se nos es rentable abrir los domingos, de por si estamos muy justos, aunque si serian muchos los clientes que desearían tener esta opción como alternativa, pero no viable para nosotros.	Sí, claro pero todo está en la medida de trabajar ese sobre tiempo, yo nunca lo hice acá, porque no me era atractivo económicamente y mis clientes ya estaban acostumbrados al horario de 7:00 am a 6:00 pm que tenia y los sábados hasta las 3:00 pm	Si, por lo general por lo congestionado que es caracas, ese extra en el horario lo aprovecharían para retirar sus prendas

Pregunta No 6: ¿De implementar algún servicio mencionado anteriormente, que cree usted, por su experiencia, que necesitaría, como por ejemplo personal, maquinarias, espacio inversión aproximada?	Necesitaría para la entrega en domicilio una camioneta, un chofer y personal para estas labores, e invertir claro está, lo del café es un detalle apreciado por los clientes.	Bueno, en principio sería interesante la implementación de motos o carros pequeños, aquí en Vargas y en esta zona todo está relativamente cerca, y un vehículo tipo van sería muy costoso para nosotros, además del conductor, montar un sistema de seguimiento prenda a prenda aquí en el local, que lleve cliente a cliente, son muchos factores a evaluar para lograr esto.	Si van a hacer el lugar para el café y la entrega personal, claro que necesitan más personas e inversión	Un espacio, camioneta para realizar el servicio delivery, personal e inversión, pero esto traerá un mayor ingreso
Pregunta No 7: ¿Qué impacto tendría en las operaciones de la tintorería, el implantar alguno de los servicios demandados? ¿Qué proceso adicional se deberá agregar? ¿Se tendría que agregar más personal?	Los servicios que se agregarían serian por cantidad de ropa para poder medir los costos, asumir compromisos, consultar con la casa matriz para poder atender la demanda. Estimar costos, saber si vale la	En principio la gente tendría más tiempo libre, el venir aquí no es visto como una buena inversión de tiempo para los clientes, solo vienen a dejar lavar lo que generalmente no pueden en su casa. Quizás la gente mandaría más ropa, o quizás la gente	Habría que estudiarlo, contratar por lo menos una persona más, eso habría que compararlo con lo que se va a cobrar por el servicio. Lo del café si se trata de otra zona insisto, tendría algo bueno,	Existe mucho temor al riesgo, por supuesto que si habría un impacto en las operaciones pero a su vez en innovador, aunque ellos desconocen el tema.

¿afectaría esto las operaciones normales de la Tintorería?	pena contratar o adquirir la camioneta, para evaluar resultados, En algunos puntos con respecto a la página Web no puedo opinar porque no conozco acerca de esa información.	pagaría mas por este servicio. Definitivamente impactaría poco, ya que solo serian en principio los sábados que se hagan las entrega		
Pregunta No 8: ¿Qué servicio seleccionaría usted como necesario para incrementar los ingresos de la Tintorería ubicada en Montalbán? ¿Por qué? ¿Qué beneficio traería consigo implementar lso nuevos servicios? ¿Cree que sería innovador, exitoso, funcional?	En cuanto al café y al delivery, existen aspectos positivos y negativos hay que evaluar los costos; pero según el valor agregado me parece perfecto. El beneficio seria aumentar las ventas claro está. Claro que sería innovador, lo funcional va en atención a poder cubrir la demanda y evaluar la inversión.	La idea que planteas de un servicio de entregas podría ser, otro puede ser implementar promociones como dos por uno, o uno y medio, sobre todo en los días de semana cuando hay menos afluencia, de manera de hacer que la gente venga en esos días. La otra que queremos implementar, pero hacen falta más maquinas, planchadoras y personal es el servicio de lavado de hoy para hoy, el cual seria excelente los días sábados,	Me parece el espacio para el café, para dar buen servicio a los clientes, la entrega personal depende de lo que se vaya a cobrar adicionalmente a cada entrega. Lo que mencionaste de la página Web no lo sé porque no tengo ni internet, de pronto si seria cómodo, quizás hasta implemente algo de eso para cuadrar los pagos y pedidos de ropa. Ahora por la zona creo que podría funcionar, les recomiendo hagan los cambios más grandes con la menor inversión posible.	El Café y el delivery

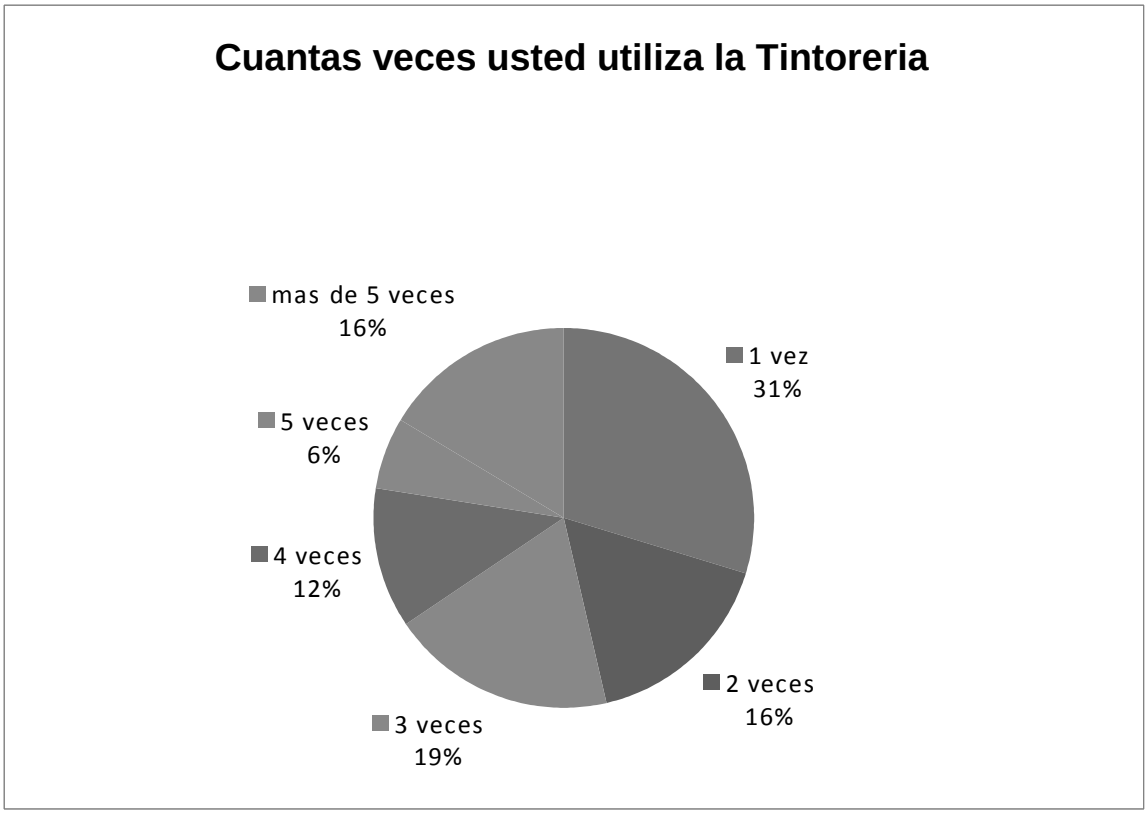
2. CUANTITATIVO (Encuestas)

Este análisis está basado en las encuestas realizada a los diferentes usuarios de tintorería, es un muestreo No probabilística porque la fuente se selecciono, son consumidores de los servicios de la tintorería.

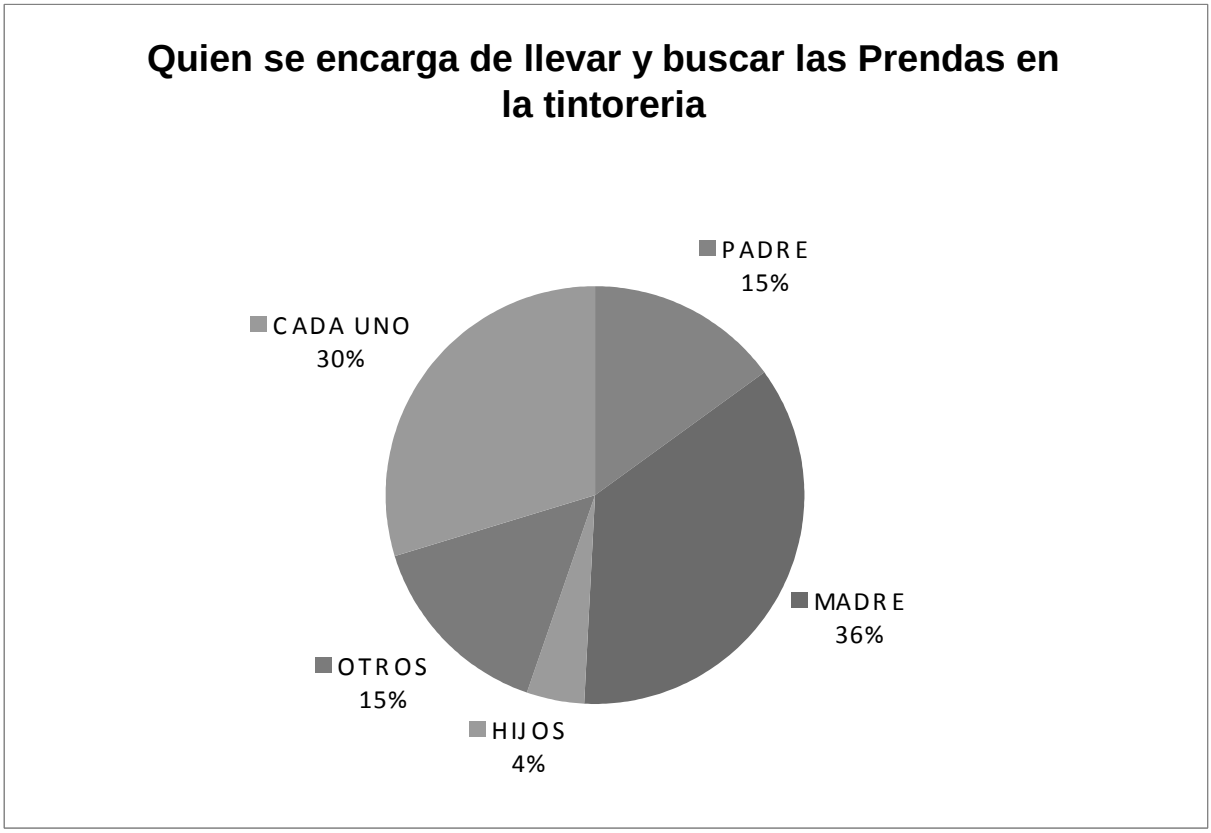
Aquí se maneja una muestra de 67 personas encuestadas, distribuidas de acuerdo al sector donde habita en proporción a la base de datos de la tintorería.
No de Habitantes por zona en la base de datos de la Tintorería Lavoblanco sucursal Montalbán
La población total de la población es de 2022 clientes

Resultados por preguntas realizadas

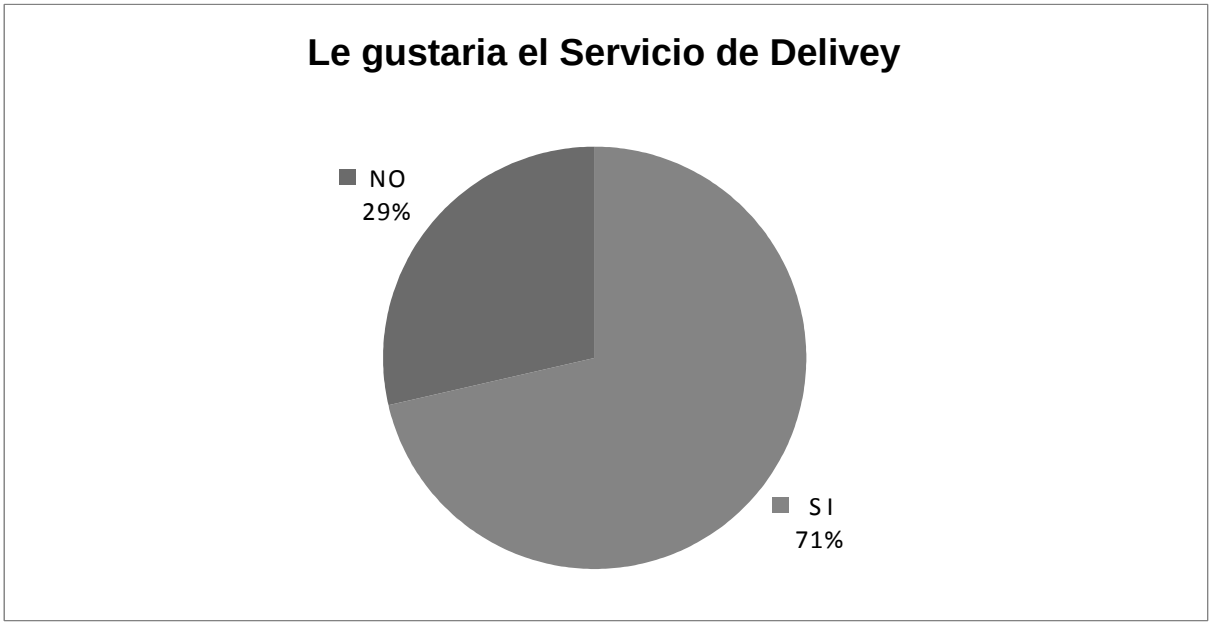
1. ¿ Cuántas veces utiliza el servicio de Tintorería al mes?											
1 vez	20	2 veces	11	3 veces	13	4 veces	8	5 veces	4	Más de 5 veces	11



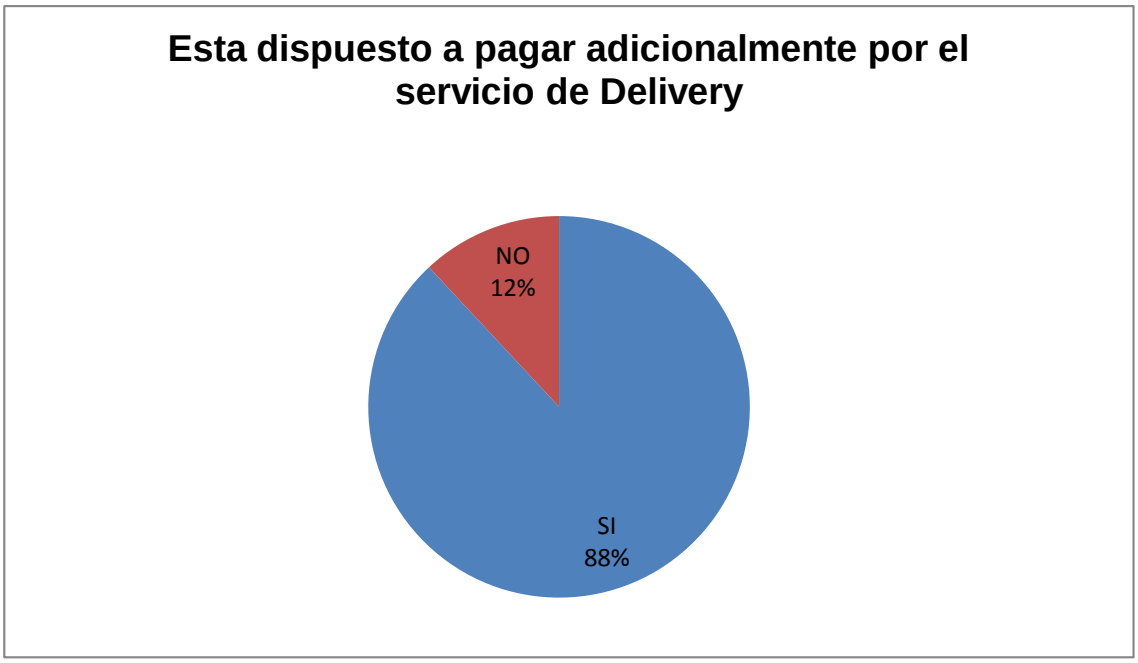
2. ¿Quién se encarga de llevar las prendas y buscarlas a la Tintorería?									
Padrea	10	Madre	24	Hijos	3	otros	10	Cada uno Lleva Lo suyo	20



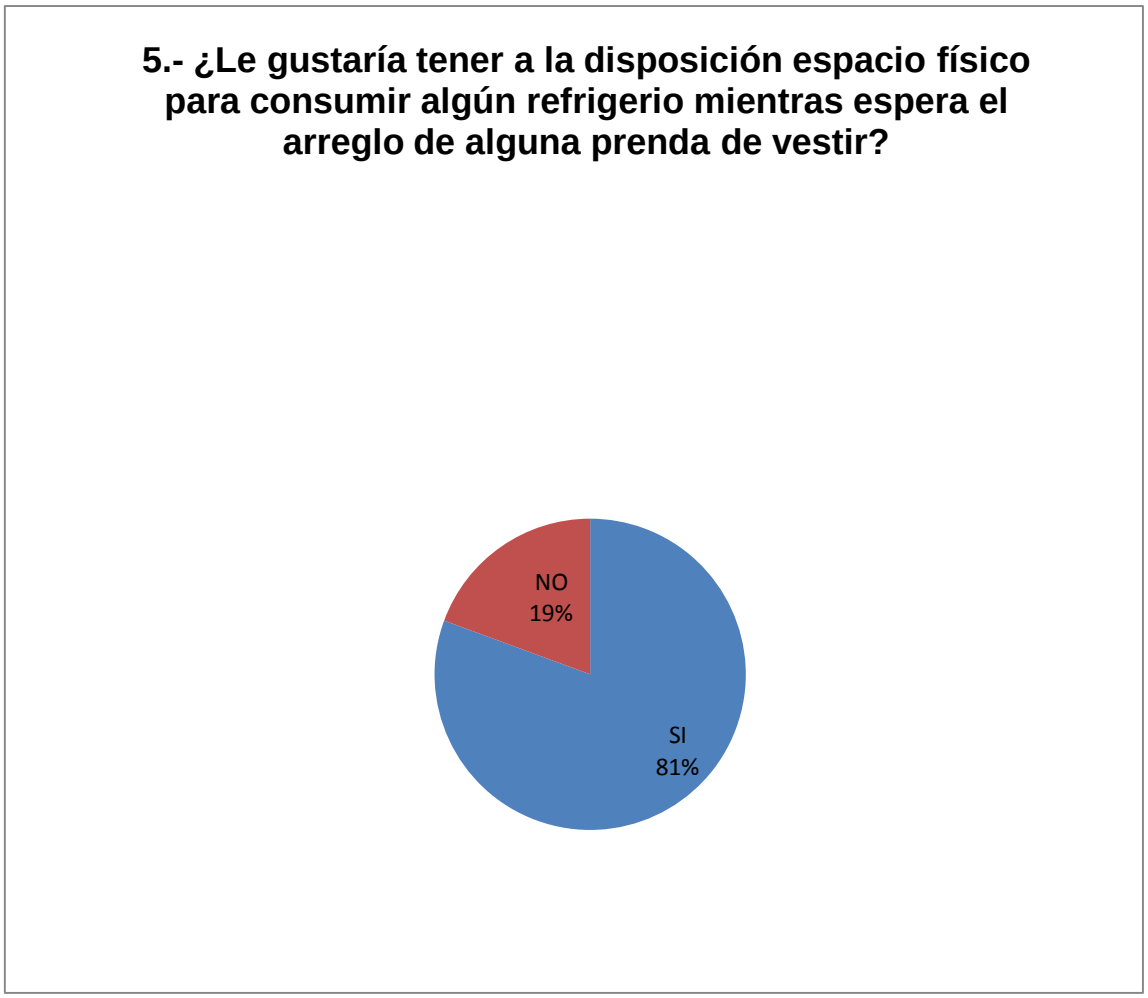
3.- ¿Le gustaría servicio Delivery o de entrega a domicilio?			
SI	55	NO	22



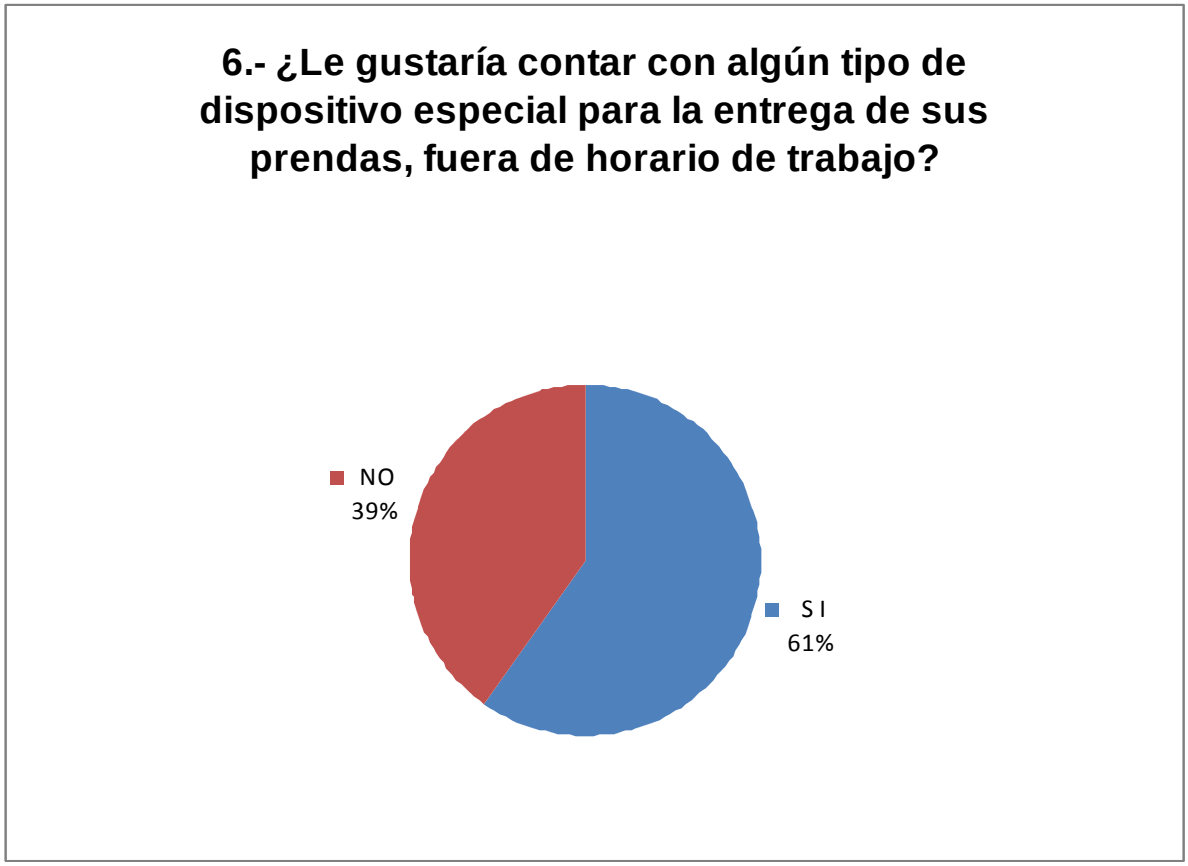
4.- ¿Estaría dispuesto a pagar adicionalmente por el servicio Delivery?			
SI	59	NO	8



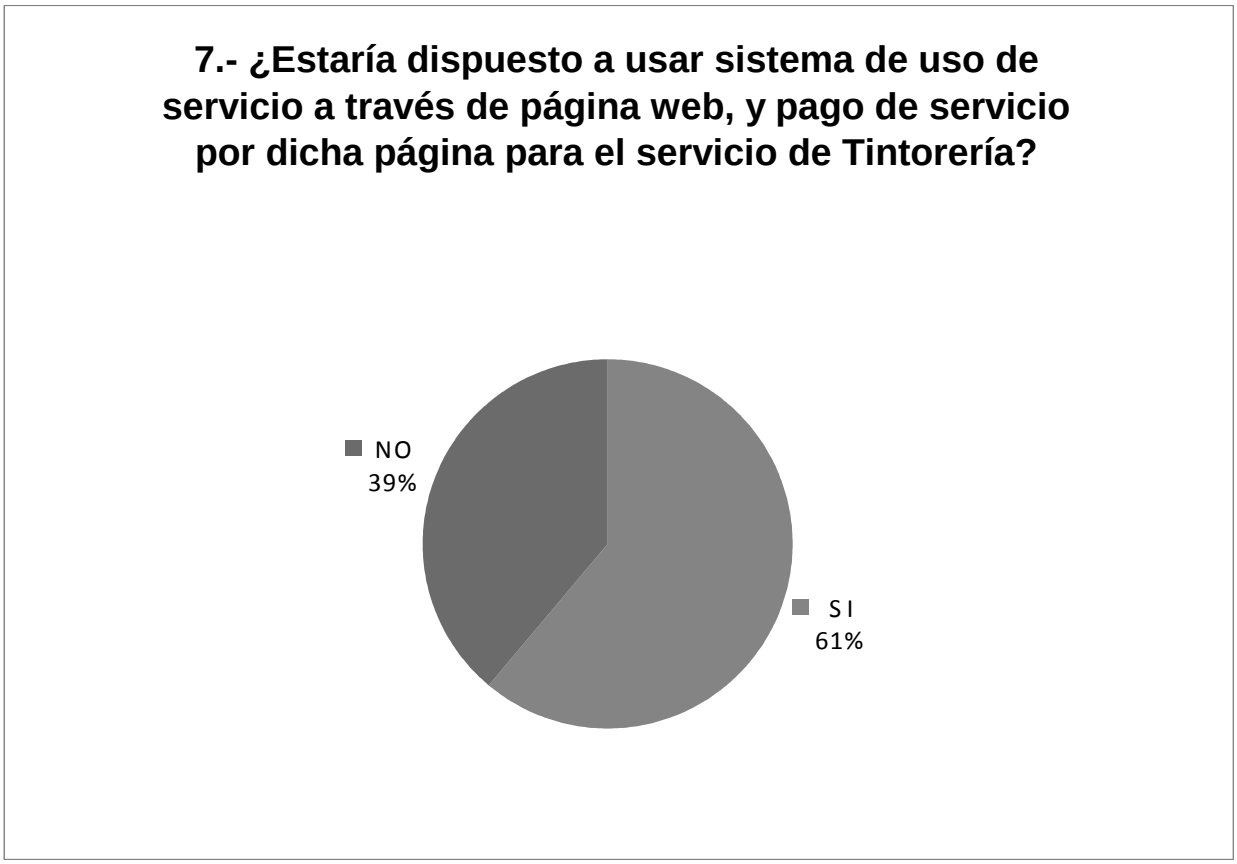
5.- ¿Le gustaría tener a la disposición espacio físico para consumir algún refrigerio mientras espera el arreglo de alguna prenda de vestir?			
SI	54	NO	13



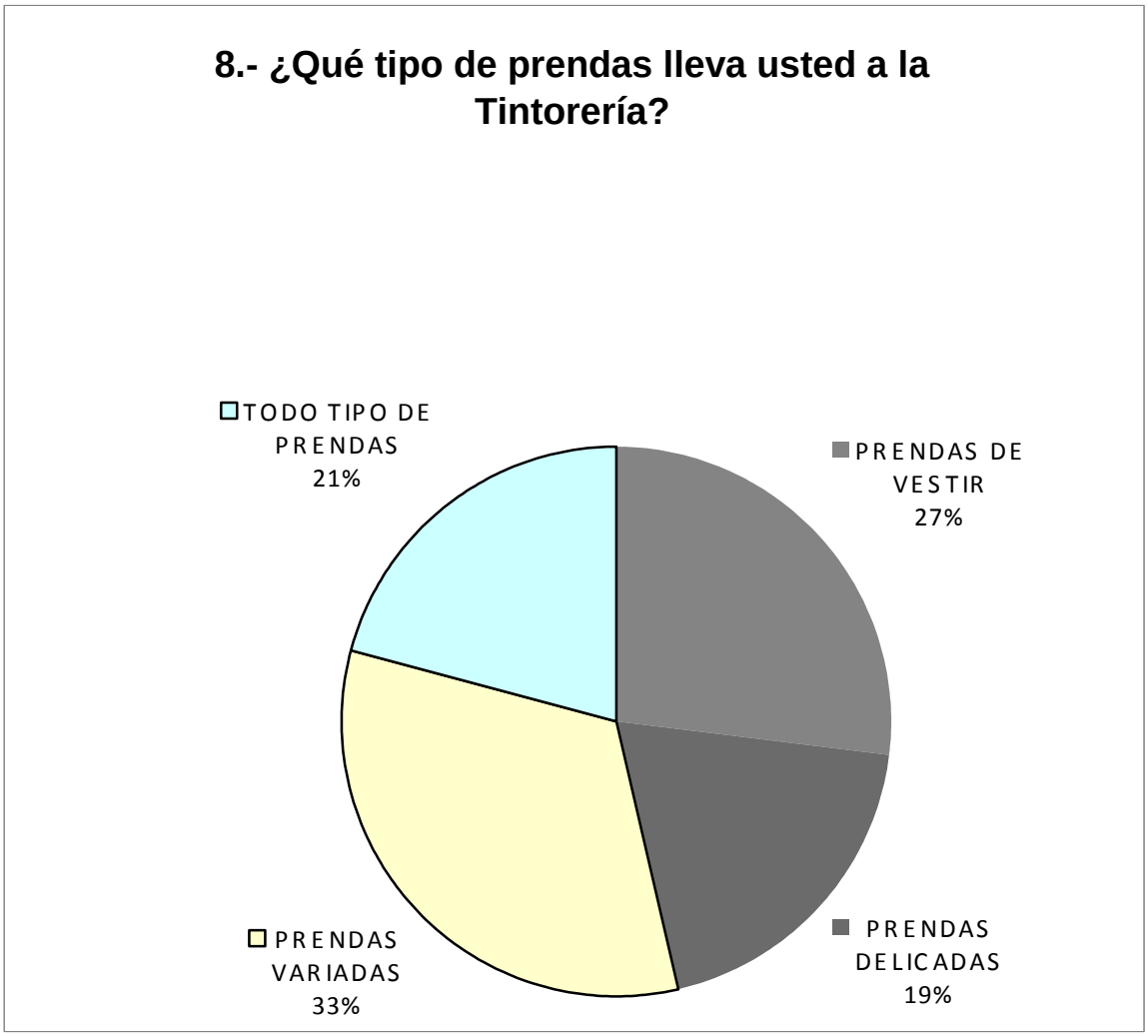
6.- ¿Le gustaría contar con algún tipo de dispositivo especial para la entrega de sus prendas, fuera de horario de trabajo?			
SI	27	NO	40



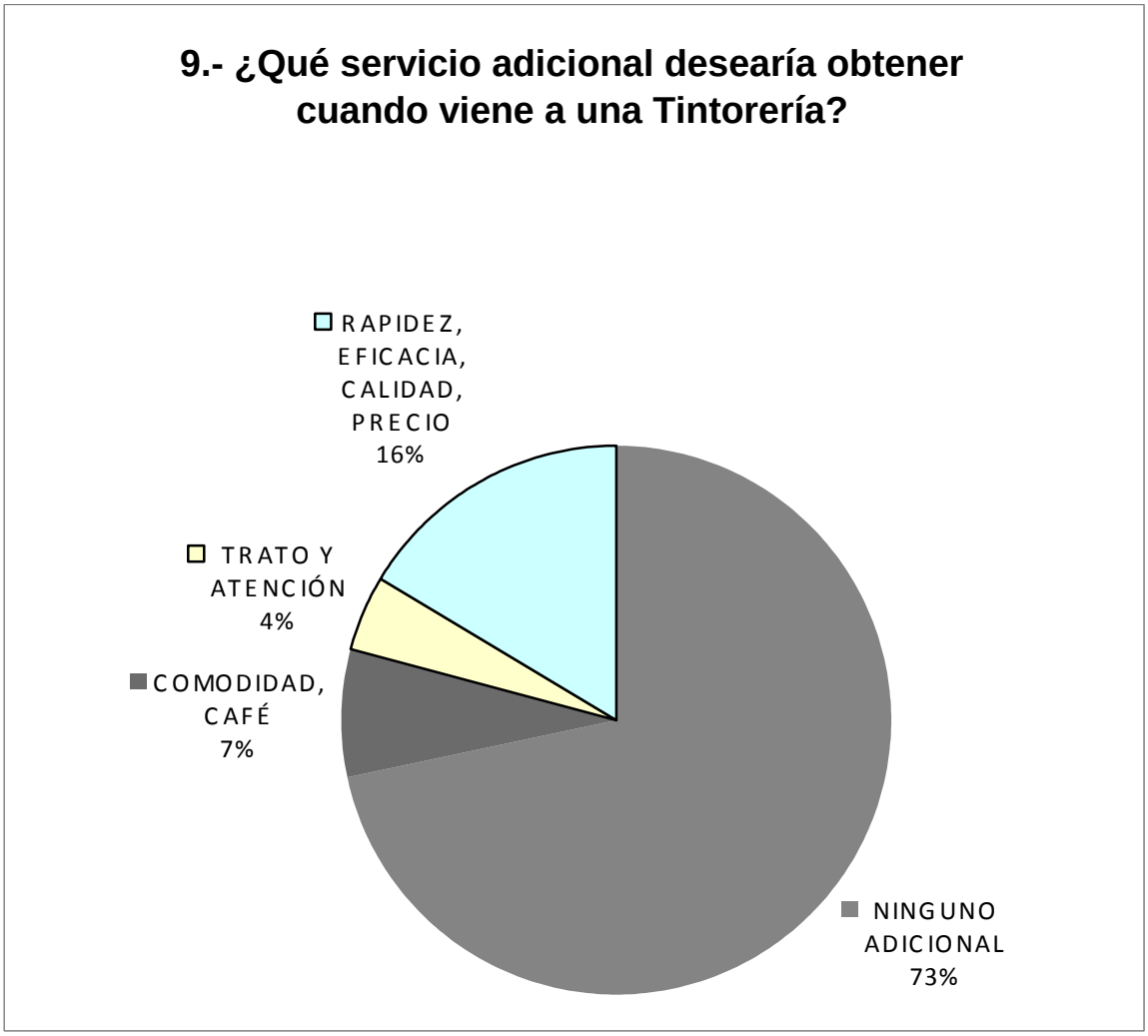
7.- ¿Estaría dispuesto a usar sistema de uso de servicio a través de página web, y pago de servicio por dicha página para el servicio de Tintorería?			
SI	41	NO	26



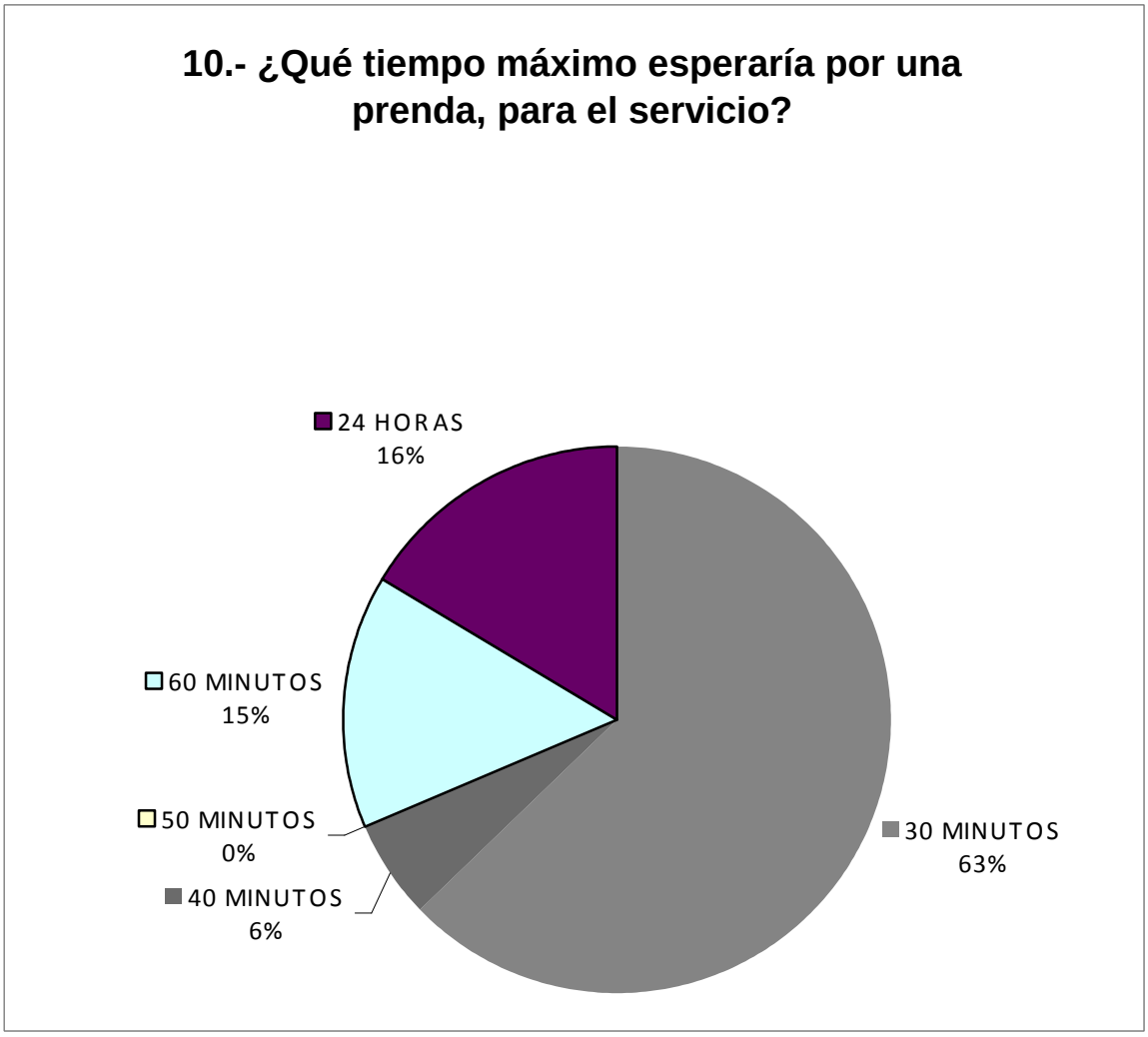
8.- ¿Qué tipo de prendas lleva usted a la Tintorería?							
Sólo ropa de vestir	18	Prendas delicadas	13	Prendas variadas	22	Todo Tipo de ropa	14



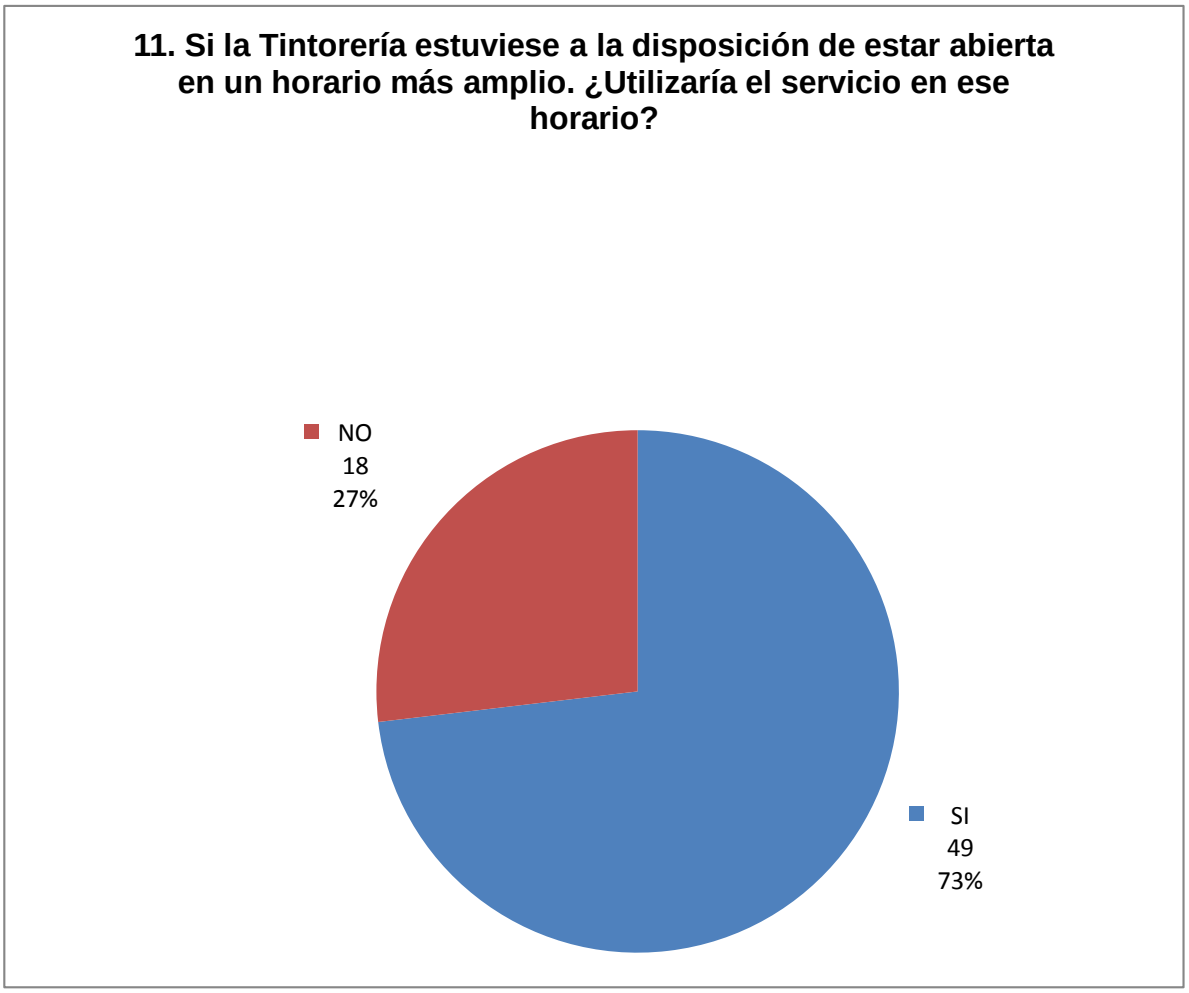
9.- ¿Qué servicio adicional desearía obtener cuando viene a una Tintorería?	
NINGUNO ADICIONAL AL QUE OFRECEN	48
COMODIDAD , CAFE	5
TRATO Y ATENCIÓN	3
RAPIDEZ , EFICACIA Y PRECIO	11



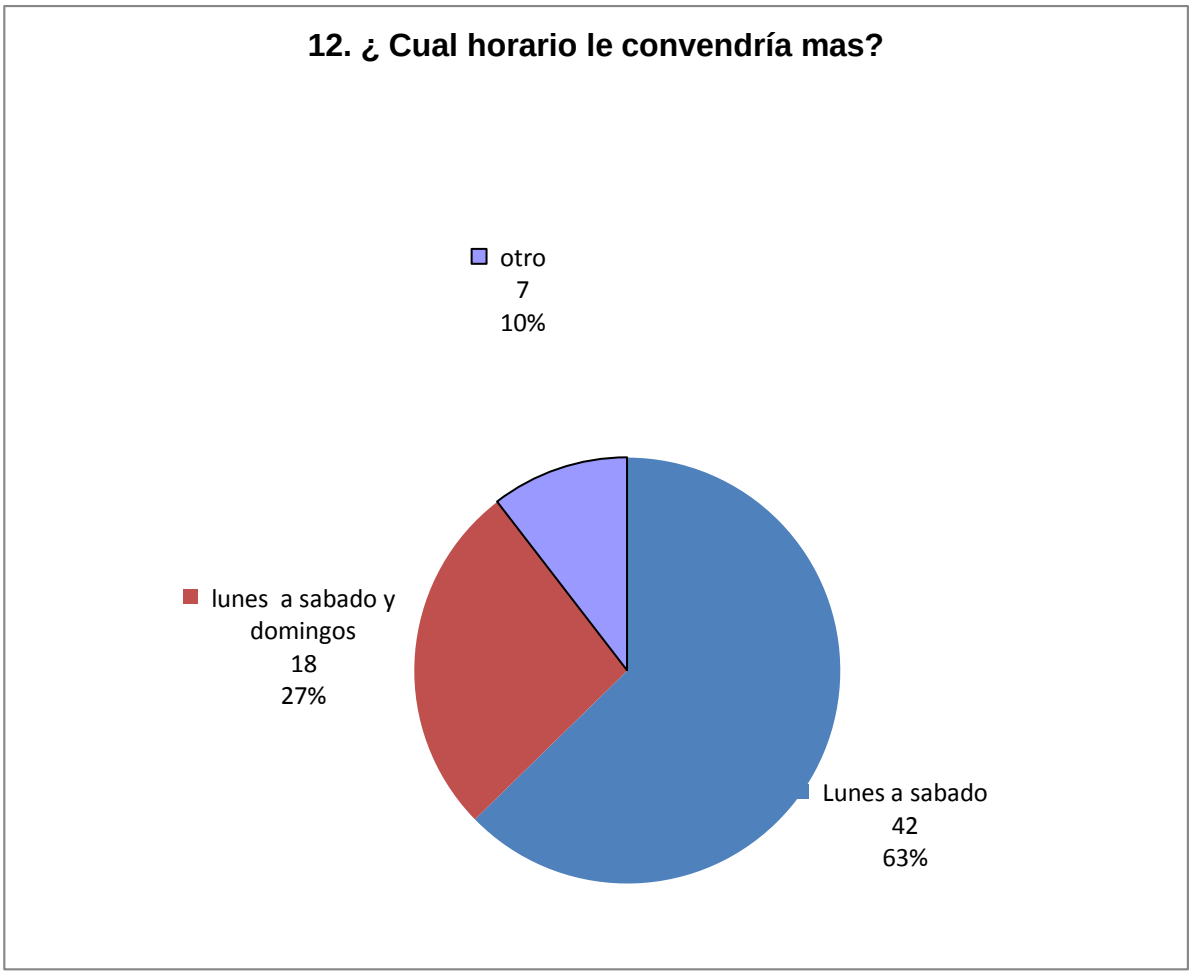
10.- ¿Qué tiempo máximo esperaría por una prenda, para el servicio?									
30 min.	42	40 min	4	50 min.	0	60 min	10	24 Horas	11



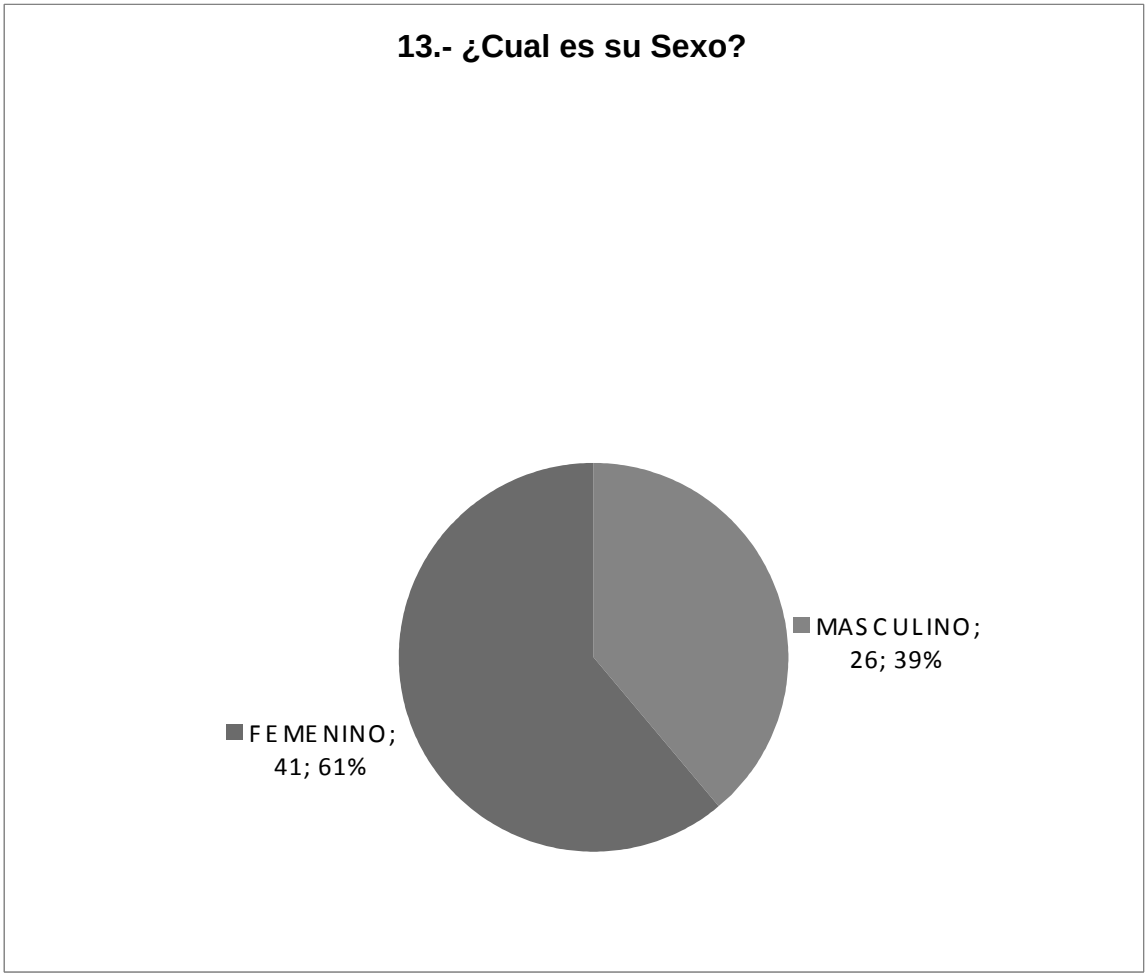
11. Si la Tintorería estuviese a la disposición de estar abierta en un horario más amplio. ¿Utilizaría el servicio en ese horario?			
SI	49	NO	18



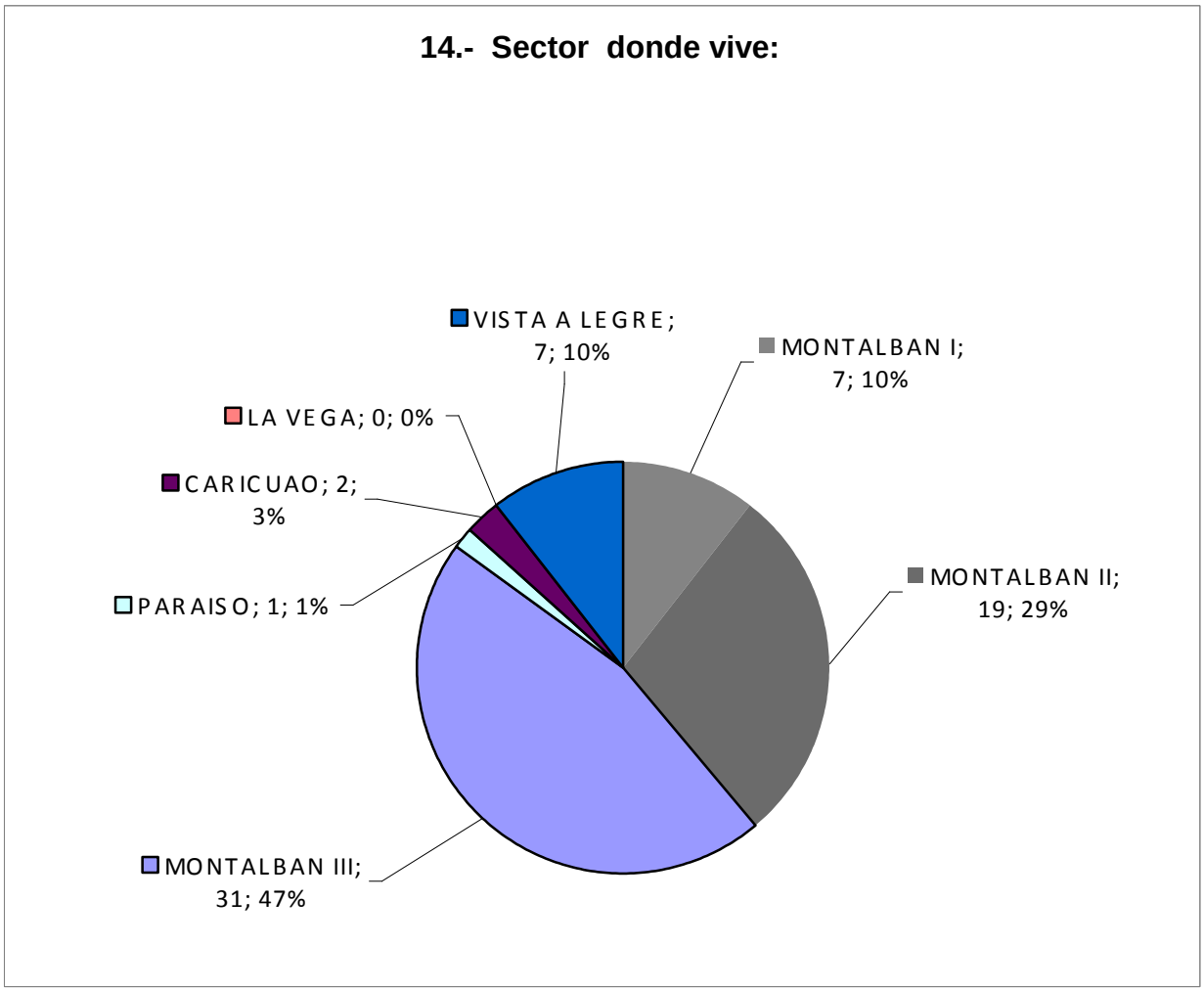
12. ¿ Cual horario le convendría mas?					
Lunes a Sabado hasta las 9 :00 pm	42	Lunes a Sabado hasta las 9 :00 pm + Domingo	18	Otro horario	7



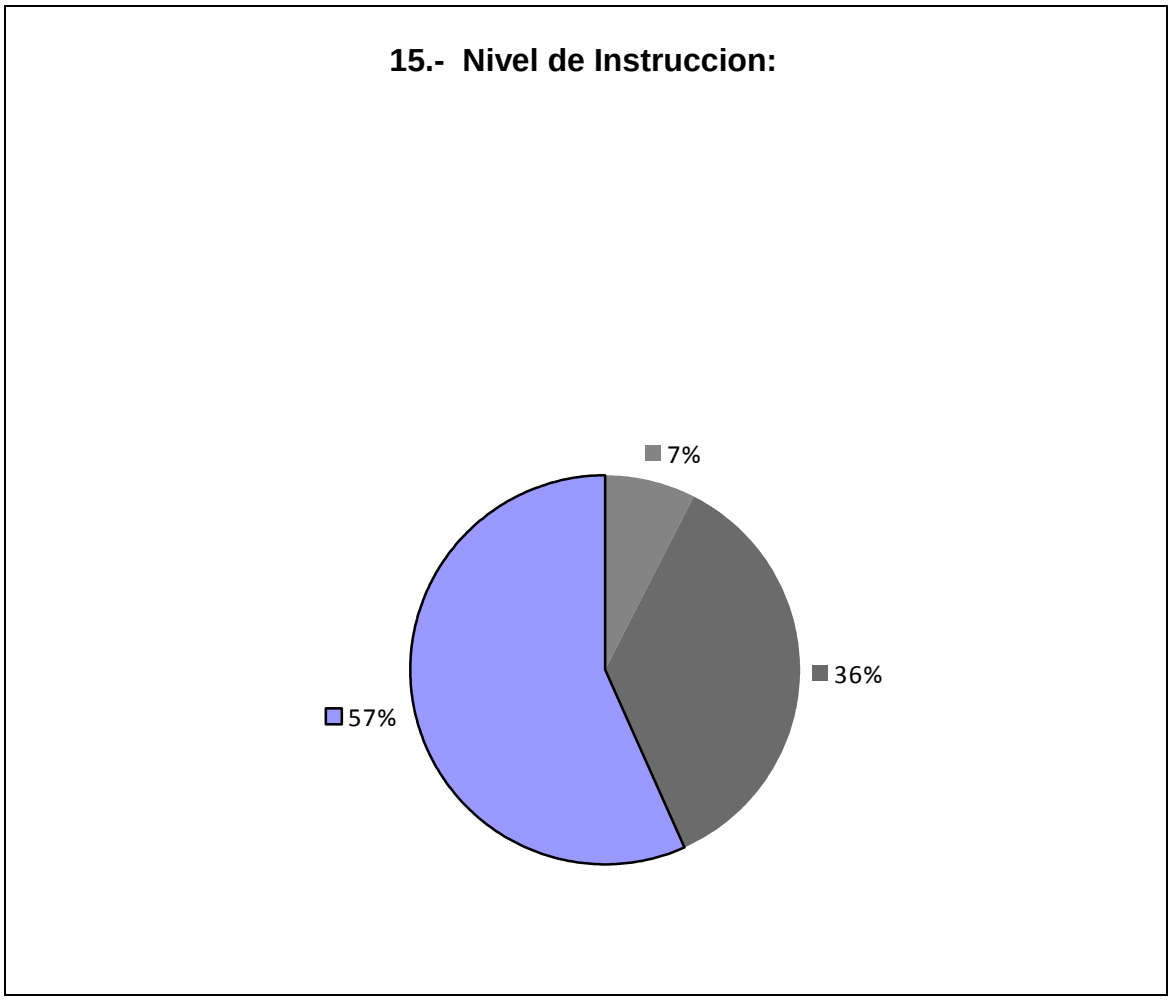
13.- ¿Cual es su Sexo?			
MASCULINO	26	FEMENINO	41



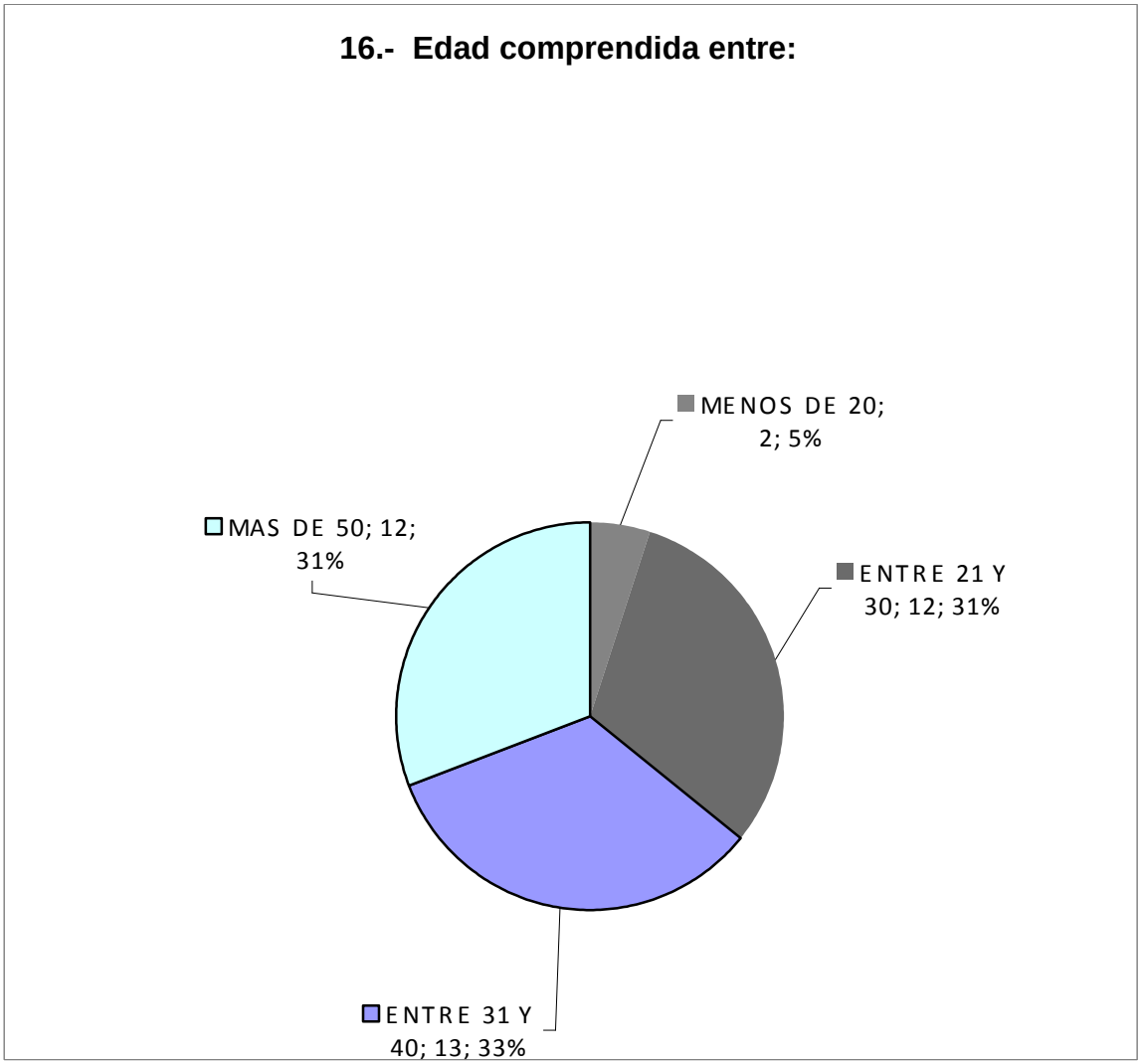
14.- Sector donde vive:													
Montal I.	7	Montal II	19	Mont al III	31	Par aiso	1	Caricua o	2	La Vega	0	Vista Alegre	7



15.- Nivel de Instruccion:					
Primaria	5	Secundaria	24	Profesional	38



16.- Edad comprendida entre:							
Menos de 20	2	21 - 30	12	31 - 40	13	Mas de 50	12



1. CONCLUSIONES

Como conclusión general se puede deducir que el valor adicional o el servicio tuvo aceptación por parte de la clientela, entendiendo que este servicio va en beneficio de ello y así estará prestando un mejor y servicio de calidad, hay que tomar por supuesto en cuenta los costos implícitos en la mejora de los servicios determinados. En común se encontró que la implementación del servicio delivery es aceptada en un alto porcentaje; también la mayoría pagaría por este servicio; otro dato importante es también la aceptación de un espacio físico para la espera del cliente así como el consumo de bebidas y alimentos (café, galletas, golosinas); así como el interés de los clientes de disponer de un medio para la entrega de sus prendas en horario no laborable para la tintorería.

METODOLOGIA LEN SIX SIGMA APLICADA AL ESTUDIO DE MERCADO

La metodología o filosofía Len six sigma en este estudio de mercado se va a utilizar para desarrollar los procesos que impactara en los servicios a implementar, recordando como proceso el producto a ofrecer a los clientes, en este caso son los servicios de DELIVERY,CAFETIN,PAGINA WEB y CAJERO DE PRENDAS.
Nos apoyaremos en esta metodología para diseñar los mejores procedimientos donde se puedan controlar a través de un sistema las variables que impactaran financieramente en nuestros nuevos servicios. Logrando obtener un nivel sigma favorable para nuestras operaciones.

Desarrollamos las tres primeras fases:

1. DEFINIR: Se realizo un cuadro de necesidades y requisitos de los clientes y finalmente se diseño un diagrama de alto nivel estratégico del six sigma.
2. MEDIR : Se calculo el desempeño actual en los procesos de la Tintorería Montalbán III, ubicándose en **2 SIGMA**

3. ANALIZAR: Se analizaron los datos obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas y los procesos a desarrollar , observándose el posible éxito si se implementan los mismos , generando un incremento en la rentabilidad de las operaciones, pero siempre y cuando se desarrolle por completo toda la metodología y se lleve en control de dicha implementación para lograr asi el éxito.

2. RECOMENDACIONES

La implementación de los servicios debe ser progresivamente, se debe realizar el proyecto para determinar su costo, alcance y lograr así el éxito de los mismos. En cuanto a la metodología Len six sigma, se debe utilizar para la implementación ya que nos ayudara a establecer todas las normas y procedimiento de los diferentes procesos o servicios de forma controlada, obteniendo así un mayor desempeño en el sigma de las operaciones, ofreciendo un mejor servicio con alto nivel en eficacia y eficiencia.

CAPITULO VI

1. BIBLIOGRAFIA

- www.wikipedia.org

- www.5asecvenezuela.com/franquicia.htm

- Encarta 2008.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.
- Ley Orgánica del Trabajo.
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo.
- Apuntes de la Cátedra del Profesor Vincenzo Ruggiero, Profesor de la materia de Investigación de de Marcado de Post- Grado de la Universidad Católica Andrés Bello.
- Asesoría del Gerente general de la Tintorería Montalbán III, Diego Mogollón
- Asesoría de Profesional Black Belt de Xerox de Venezuela.
- Material de curso del nivel Yelow Belt de Xerox de Venezuela.

ANEXOS

1.- DISEÑO DE LA ENTREVISTA

- **Identificar la necesidad de Servicio que requieren los clientes de la tintorería, cuando hacen uso de esta.**

Preguntas:

1.- ¿Algún cliente ha solicitado algún servicio especial, que usted no esté ofreciendo?

2.- ¿Cuál es el servicio con mayor demanda por parte de los clientes?

3.- ¿Cree usted que el servicio delivery o entrega en puerta es una necesidad de sus clientes?

4.- ¿Usted cree disponer de un área de espera, como un pequeño cafetín, es necesario hoy en día, para que los clientes se sientan cómodos al momento de esperar por algún arreglo?

5.- ¿Cree que los clientes tengan urgencia de retirar alguna prenda fuera del horario laboral, como después de las ocho de la noche o un domingo?

- **Determina los recursos necesarios para la implementación de los servicios requeridos.**

6.- ¿De implementar algún servicio mencionado anteriormente, que cree usted, por su experiencia, que necesitaría, como por ejemplo personal, maquinarias, espacio inversión aproximada?

- **Adaptar y diagramar los procesos que involucran la puesta en marcha de estos servicios.**

7.- ¿Qué impacto tendría en las operaciones de la tintorería, el implantar alguno de los servicios demandados? ¿Qué proceso adicional se deberá agregar? ¿Se tendría que agregar más personal? ¿afectaría esto las operaciones normales de la Tintorería?

- **Seleccionar los servicios factibles y rentables.**

8.- ¿Qué servicio seleccionaría usted como necesario para incrementar los ingresos de la Tintorería ubicada en Montalbán? ¿Por qué? ¿Qué beneficio traería consigo implementar lso nuevos servicios? ¿Cree que seria innovador, exitoso, funcional?

2. ENCUESTA RELACIONADA AL SERVICIO DE LA TINTORERIA MONTALBAN III (LAVOBLANCO)

Muy respetuosamente nos dirigimos a Usted. en la oportunidad de solicitar su apoyo, contestando la presente encuesta relacionada al servicio ofrecido en la Tintorería y Lavandería Montalbán III, con el objetivo de hacer mejoras y crear nuevos servicios a futuro. El tiempo estimado para contestar la encuesta en de aproximadamente 5 minutos

3. ¿ Cuántas veces utiliza el servicio de Tintorería al mes?

☐ Una ☐ Dos ☐ Tres ☐ Cuatro ☐ Cinco ☐ Mas de cinco

2.- ¿Quién se encarga de llevar las prendas y buscarlas a la Tintorería?

☐ Padre ☐ Madre ☐ Hijos ☐ Otros ☐ Cada uno lleva lo suyo

3.- ¿Le gustaría servicio Delivery o de entrega a domicilio?

Si ☐ No ☐

4.- ¿Estaría dispuesto a pagar adicionalmente por el servicio Delivery?

Si ☐ No ☐

5.- ¿Le gustaría tener a la disposición espacio físico para consumir algún refrigerio mientras espera el arreglo de alguna prenda de vestir?

Si ☐ No ☐

6.- ¿Le gustaría contar con algún tipo de dispositivo especial para la entrega de sus prendas, fuera de horario de trabajo?

Si ☐ No ☐

7.- ¿Estaría dispuesto a usar sistema de uso de servicio a través de página web, y pago de servicio por dicha página para el servicio de Tintorería?

Si ☐ No ☐

8.- ¿Qué tipo de prendas lleva usted a la Tintorería?

Sólo ropa de vestir ☐ Prendas delicadas ☐ Prendas variadas ☐ Todo Tipo de ropa ☐

9.- ¿Qué servicio adicional desearía obtener cuando viene a una Tintorería?

_____

10.- ¿Qué tiempo máximo esperaría por una prenda, para el servicio?

☐ 30 min. ☐ 40 min. ☐ 50 min. ☐ 60 min. ☐ 24 Horas

11. Si la Tintorería estuviese a la disposición de estar abierta en un horario más amplio. ¿Utilizaría el servicio en ese horario?

☐ Si ☐ No

12. ¿ Cual horario le convendría mas?

☐ Lunes a Sabado hasta las 9 :00 pm
☐ Lunes a Sabado hasta las 9 :00 pm + Domingo
☐ Otro horario : _____

13.- ¿Cual es su Sexo?

☐ M ☐ F

14.- Sector donde vive:

☐ Montalbán I
☐ Montalbán II
☐ Montalbán III
☐ Paraiso
☐ Caricuao
☐ La Vega
☐ Vista Alegre
☐ Otro

15.- Nivel de Instrucción:

- ☐ Primaria
- ☐ Secundaria
- ☐ Profesional

16.- Edad comprendida entre:

- ☐ Menos de 20
- ☐ 21 - 30
- ☐ 31 - 40
- ☐ Mas de 50

Gracias por su colaboración