

## APLICACIÓN DEL SEITON Y SEISO EN EL DISEÑO DE LA IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA DE UN PARQUE REGIONAL Y CULTURAL.

María Teresa de Jesús Chi Chan  
Mauricio Saúl Collí Balam  
Sacramento Cruz Doriano  
Iván David Garma Cámara  
Olivia Guadalupe Ortiz Cel

### RESUMEN

Este trabajo presenta la creación de la imagen e identidad corporativa de un Parque Regional y Cultural localizado en la ciudad de Bécal, Calkiní, Campeche, México. Como parte de la identidad se construyó la misión, visión, valores y el organigrama de la empresa; para la creación de la imagen se planteó un rediseño de las áreas del parque, aplicando los principios Seiton y Seiso, de la metodología de las 5S. Así mismo se realizó un diagnóstico FODA de la empresa para conocer sus necesidades primordiales y poder determinar las estrategias utilizar.

### INTRODUCCIÓN

El Seiton y el Seiso se emplean en la actualidad como un sistema de producción de manufactura esbelta en varia industrias. Estos dos principios que forman parte de la metodología de las 5S, representa una herramienta de apoyo ampliamente adoptada por la industria para la implementación la calidad total (Asaad, Saad, & Yusoff).

Dulhai (2008) abordó el tema de 5S para la mejora continua de los procesos de fabricación en Autocar Escape, lo que representó resultados visibles en el coto plazo, reducción del esfuerzo físico, orden y disciplina entre los trabajadores, entre otras, lo que condujo a un aumento de la competitividad del negocio. Por su parte Prieto Gutiérrez (2010) puso en práctica los principios de las 5S en centros bibliotecarios de Lima, Perú dirigido a intensificar y a mejorar la seguridad de las bibliotecas .

En una organización, pública o privada, la planeación estratégica es uno de los puntos importantes a desarrollar para alcanzar las metas y objetivos planteados en un período determinado. Dentro de esta planeación se incluyen ciertos elementos que serán los pilares de la empresa, como son: la misión, la visión, políticas, objetivos, valores y organigramas, las cuales le dan un sentido de existencia definiendo los rumbos a tomar para lograr sus metas principales(Amaya, 2005). En mercadotecnia, estos elementos son necesarios para la construcción de la imagen e identidad corporativa las cuales son la base primordial para el desarrollo de su distinción.

La Identidad Corporativa representa todos los mecanismos de diferenciación de una empresa a través del comportamiento, comunicación y simbolismo(Pérez, 2010), mientras que la Imagen Corporativa es la integración de las impresiones que la gente asocia a una marca, producto o servicio estimulada por la identidad corporativa(Gallego, 2003),

Aunque la imagen e identidad parecieran ser suficientes para dar a conocer y apoyar a alcanzar los objetivos y metas fijados por los directivos de cada organización, de nada servirían si no se comunican a todos los involucrados, de modo interno (todo el personal partícipe en la empresa) y de modo externo (clientes y consumidores finales). Según Capriotti (Capriotti, 1999) una de las premisas fundamentales de esta concepción de la comunicación podría expresarse de la siguiente manera: en una empresa todo comunica, haciendo referencia que cada una de las

actividades y elementos de las organizaciones, sean estas tangibles o intangibles, será percibida por los receptores finales.

El Parque Regional y Cultural de la ciudad de Bécál ha laborado durante siete años en el mercado sin una imagen e identidad que la identifique como empresa, por lo cual, la ejecución de sus actividades se ha visto limitadas por la ausencia de objetivos específicos.

Por estas razones, el objetivo del presente estudio es realizar un diseño de la imagen e identidad corporativa en el Parque Regional y Cultural de la ciudad de Bécál, la cual comprenderá desde la creación de su misión, visión, valores, y el rediseño en su logotipo organizacional. Todas estas actividades están apoyadas bajo los principios Seiton y Seiso como parte de la metodología japonesa de las 5S.

## **DESARROLLO**

### **A. Planteamiento del Problema**

Actualmente, el Parque Regional y Cultural de la ciudad de Bécál carece de una imagen e identidad corporativa definida, y a pesar que llevan unos años laborando, lo hacen sin tener aspectos importantes de su planeación como empresa, como una filosofía empresarial: misión, visión, valores, organigrama, entre otros. Asimismo, el diseño de su logotipo no muestra lo que realmente pretenden transmitir.

La ausencia de estos elementos, ha propiciado que se incurran en prácticas que no van de acuerdo al giro de la empresa, paralelamente a este problema se suman deficiencias en las tres áreas del Parque Regional y Cultural (jardín botánico, palapas y galería de arte) en cuanto a la organización y temáticas del lugar, la cual causa una imagen y reputación corporativa poco grata.

### **B. METODOLOGÍA**

Se utilizó el Análisis FODA(Pickton & Wright, 1998) para poder identificar los factores internos y externos que impactan al Parque Regional y Cultural y poder realizar la propuesta de identidad corporativa. Con esta técnica se pretende lograr una visión más clara de los requerimientos de la empresa, mejorar la comprensión del negocio, encontrar oportunidades de desarrollo e impactar en la planeación estratégica de la empresa. A partir del análisis se desarrollará la Estrategia DO (Debilidades-Oportunidades) con la cual se pretende afrontar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas (Talancón, 2006).

Para poder impactar en la imagen corporativa, se utilizó la metodología de las 5S, específicamente los principios Seiton y Seiso; el primero consiste en ordenar todos los elementos necesarios, clasificándolos por uso para disminuir el tiempo de búsqueda y esfuerzo; el segundo principio hace referencia a la limpieza del entorno de trabajo. La metodología expuesta busca distinguir entre lo que se necesita y debe mantenerse, y lo que no es necesario y debe desecharse dentro de la organización (Asaad et al.), para el caso del Parque Regional y Cultural de Becal, se aplicó a la distribución de las áreas temáticas que se exhiben:

1. Zona de jardines y arte reciclado.
2. Zona de palapas.
3. Zona de pinturas.

La observación directa, y una entrevista con el gerente permitieron la recopilación de datos sobre la empresa para la elaboración de la propuesta de mejora.

## **RESULTADOS**

### **Matriz FODA**

En la Tabla 1 se muestra el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del Parque Regional y Cultural de la ciudad de Bécál detectadas en las visitas y entrevista con el gerente. Por una parte, las fortalezas radican en la competencia de su personal, las buenas relaciones con la comunidad, suficiencia en espacios y alianzas estratégicas bien definidas; las debilidades residen en la carencia de una identidad y por ende de una imagen corporativa. Las

oportunidades versan en la primicia de una entidad con ese giro en la zona de influencia que es el norte del Estado de Campeche, y en cuanto a las amenazas se tiene el desinterés de conocer la villa de Bécál por parte de turistas. Autores como Pickton y Write (Pickton & Wright, 1998) indican que el análisis FODA es altamente recomendado por su simplicidad y valor en focalizar la atención en cuestiones claves que afectan el desarrollo y crecimiento de algún negocio. Por lo tanto, tiene el potencial de convertirse en una herramienta importante en la identificación de los factores con más probabilidades de influir en la estrategia y el éxito de una empresa.

**TABLA 1. MATRIZ FODA DEL PARQUE REGIONAL Y CULTURAL DE BÉCAL**

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal es competente para las labores diarias.</li> <li>• Se ofrecen otros servicios adicionales a la galería de arte</li> <li>• Buenas relaciones con los artesanos de la comunidad.</li> <li>• Cuenta con espacios y áreas suficientes para las actividades que se realizan.</li> <li>• Alianzas estratégicas con instituciones de educación superior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de identidad corporativa</li> <li>• Falta o nula publicidad</li> <li>• Desaprovechamiento y descuido de las áreas</li> <li>• Su imagen corporativa es débil</li> <li>• Comunicación interna deficiente</li> <li>• Cartera de clientes inexistente</li> <li>• Personal insuficiente para la atención de las tres áreas del lugar.</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el único museo de esta naturaleza en el camino real.</li> <li>• Posibles alianzas estratégicas con instituciones educativas de la comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación económica nacional inestable</li> <li>• Presencia de eventos culturales y casa de cultura en el poblado</li> <li>• Desinterés de la población por el arte regional</li> </ul>

### Estrategia DO

En la tabla 2 se presenta la Estrategia DO (Debilidades, Oportunidades), como aquella que se ajusta más a la empresa y en donde se llevó a cabo el cruce de información que da como resultado la implementación de acciones como la estructuración de la filosofía organizacional: misión, visión, valores; y la implementación de herramientas de apoyo a la calidad total.

**TABLA 2. ESTRATEGIA DO PARA EL PARQUE REGIONAL Y CULTURAL DE BÉCAL**

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de identidad corporativa.</li> <li>• Falta o nula publicidad.</li> <li>• Desaprovechamiento y descuido de las áreas.</li> <li>• Su imagen corporativa es débil.</li> <li>• Comunicación interna deficiente.</li> <li>• Cartera de clientes inexistente.</li> <li>• Personal insuficiente para la atención de las tres áreas del lugar.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el único museo de esta naturaleza en el camino real.</li> <li>• Posibles alianzas estratégicas con instituciones educativas de la comunidad.</li> <li>• Crecimiento turístico en la región del Camino Real.</li> </ul>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia DO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructuración de Misión, Visión, Valores, Organigrama y Logotipo.</li> <li>• Reorganización de áreas temáticas.</li> <li>• Ordenamiento y limpieza de los espacios del Parque en general.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia FA</b>	<b>Estrategia DA</b>

Se resalta que a partir del análisis FODA y de visitas a las instalaciones de la entidad, se promovió un cambio en el nombre de la misma, la cual originalmente se denominaba Museo de Bécál, sin embargo, después de una revisión conceptual (Gurian, 2002) se detectó que las características de la empresa apuntan a ser un Parque Cultural y Regional (de Ory, 1999), considerando las actividades que en el lugar se desarrollan:

1. Visitas guiadas.
2. Exposición de pinturas.
3. Muestras gastronómicas.
4. Muestras culturales.
5. Demostrar arte por medio de reciclado.
6. Relatos de la historia de Bécal, sus orígenes, su gente y tradiciones.
7. En el área de jardines se relatan historias tradicionales.
8. Se convive con la naturaleza, etc.

### Identidad e Imagen Corporativa del Parque Regional y Cultural de Bécal

Si bien es cierto que tanto la identidad como la imagen corporativa conllevarán día a día el éxito organizacional (Gutiérrez Aceves, 2014), estos dos elementos generalmente se descuidan cuando se trata de una microempresa, pues el poder económico que ejercen y el número de colaboradores que es muy reducido, origina que en lo que menos se repare sea la construcción de una identidad e imagen para la organización, por lo tanto, el Parque Regional y Cultural de Bécal no iba a ser la excepción, sin embargo el interés por captar más visitantes no solo de la región sino del país y del extranjero, motivó al gerente a efectuar un diagnóstico para implementar estrategias que lo encaminen a la superación empresarial.

Se realizó el rediseño de su logotipo (ver figura 1) considerando los siguientes elementos:

*Sombrero de jipi:* Representa uno de los productos que se producen en la Villa de Bécal, este elemento es representativo en el estado de Campeche ya que es único en su elaboración.

*Nombre BÉCAL:* Hace alusión al nombre de la villa de Bécal en el estado de Campeche, la cual es donde está ubicado el museo; en su diseño mantiene un color verde y con texturas apreciables, estos elementos representan a la planta de jipi, antes de ser tratada para elaborar los sombreros.

*1er Rombo:* el rombo representa firmeza y consistencia, como un diamante duro y rígido, esto denota la intención de mostrar una fuerte y rígida imagen corporativa del parque cultural y regional, además se ha usado el color amarillo ocre la cual denota fortaleza. En el centro está la imagen de unos cuadros representativos de una de las actividades del museo: La exposición de pinturas.

*2do Rombo:* este es de color rojo ocre, el rojo denota energía, fuerza, pasión, valor, está relacionada con los valores del museo, y con la energía que desempeña en cada una de sus actividades, en el centro se encuentra la imagen del Dios Ka'ax, deidad a la cual los mayas rendían culto para la siembra y la fertilidad de la tierra, y como cuidador de las áreas verdes. Esta es apropiada para mostrar la actividad de áreas de jardines del museo y demostrar la relación humana-naturaleza que existe en el Parque Cultural y Regional.

*3er Rombo:* denota otra de las actividades de la villa de Bécal: la artesanía. Por la cual se usó unas vasijas de barro, y el fondo color café ocre, que hace mención al color del barro y de la tierra con la que trabajan los pobladores de la comunidad.

*Parque Cultural y Regional:* Es el nombre coherente con sus actividades, por lo que se muestra abajo del logotipo, con una tipografía legible y visible.

*Petate:* Otra de las actividades de la Villa de Bécal, es un trabajo artesanal hecho con la planta de jipi, y que obtiene un color naranja mediante un proceso de coloración natural, originalmente es una artesanía hecha de forma rectangular con bordes bien definidos, pero se ha colocado con esta forma en el logo para hacerlo más moderno.



Figura 1. Propuesta de logotipo de la empresa

En las observaciones al Parque Regional y Cultural, se encontró que no existe algo relacionado con la filosofía organizacional, por tal motivo se desarrollaron cuatro puntos importantes para el funcionamiento del Parque Cultural y Regional: misión, visión, valores y organigrama empresarial, los cuales se presentan en la figura 2, figura 3 y figura 4.



Figura 2. Misión y visión del Parque Regional y Cultural de Bécal.

En la figura 2 se muestra la propuesta de misión y visión a la empresa. Como se puede apreciar con la misión se da a conocer el objeto principal del parque Cultural y Regional que es, promover la cultura y enriquecer los conocimientos de nuestros visitantes sobre la cultura maya y el arte reciclado. Además, demuestra cómo con el apoyo de los artesanos de la región se cumplirá este objetivo. Asimismo, la Visión, marca el objetivo a alcanzar en cinco años, esto es importante, ya que se tiene un objetivo fijado y se trabajará en busca de cumplir con las metas (David, 2003).

### Valores empresariales

En la figura 3 se presenta la propuesta de valores organizacionales en la empresa. Éstos son elementos claves por los que se rigen los miembros que integran una organización, lo que permite que se actúe de manera uniforme, con determinada habilidad emocional y que serán creados, asumidos y transmitidos por la organización (Castellanos & Rojas, 2013).

Para ello con las observaciones y las entrevistas se determinó la implementación de estos seis valores para la empresa:





Figura 3. Valores empresariales propuestos para la empresa.

### Organigrama empresarial

La figura 4, representa la propuesta de un organigrama considerando que se trata de una micro empresa, la cual solo cuenta en la actualidad con un guía y un jefe de limpieza, los cuales llevan a cabo todas las actividades en conjunto, buscando personal extra cuando se tiene la visita de turistas. Adicionalmente, se propone la integración de guías individuales para cada área del parque, para el mejor funcionamiento y atención a los visitantes.

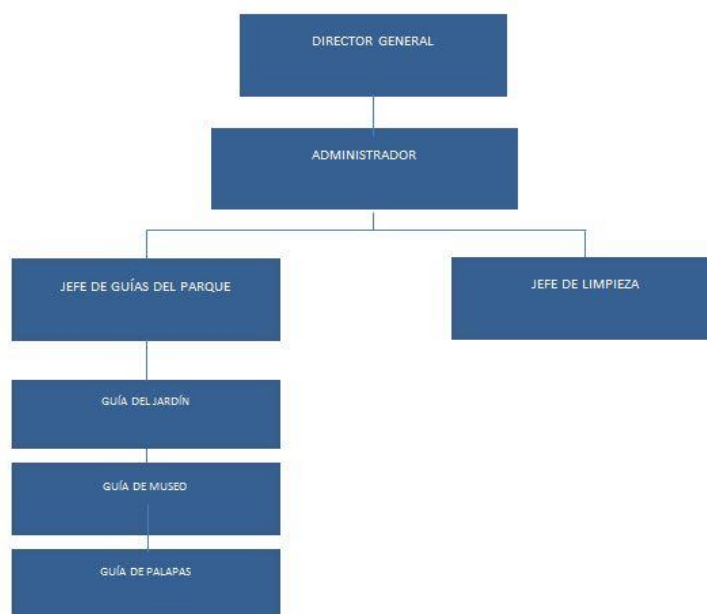


Figura 4. Propuesta de organigrama para la empresa

### Reorganización de las áreas aplicando Seiton y Seiso.

La metodología de las 5S (Jiménez) surge como una herramienta del Sistema Kaizen que generalmente se aplica a la industria para el control de calidad. En el Parque Regional y Cultural de Bécal se identificaron problemas como falta de limpieza de las áreas verdes, instalaciones inadecuadas, y desorden temático de exposiciones, motivo por el cual al aplicar los principios Seiton y Seiso de la metodología de las 5S se obtuvo lo siguiente:

### Área de jardín y arte reciclado.

Primeramente se identificó y delimitó las áreas del jardín, ubicando las partes que se habrán de cerrar con botellas, los lugares donde se pondrán botes de basura, así como, las macetas y arte reciclado. Posteriormente, se eliminaron los elementos innecesarios tales como basura, plantas muertas, rocas, con el fin de limpiar y acomodar el espacio para la implementación de los nuevos elementos visuales.

En el siguiente paso se definió la temática de arte, se propuso elaborar o adquirir figuras en forma de animales, plantas y naturaleza siendo esta la más acorde para el área. Se cuidó la selección y uso de los materiales, con el fin de obtener un producto tangible, apropiado y coherente a la temática. Algunos ejemplos que se puede mencionar en el uso del material reciclado son: maseteros, botes de basura, mesas, asientos, entre otros.

### Áreas de palapa.

Ambas palapas deben ser utilizadas únicamente para exposición de bailables regionales o cualquier otra actividad que no se vea afectada por estar a la interperie. Se deben reponer las lonas donde se explican aspectos importantes de la villa de Bécal. Las antigüedades deben ser colocadas en una vitrina en el lugar que permita su visibilidad, pero al mismo tiempo evite su deterioro por el clima. Adecuar botes de basura para mantener limpio el lugar. Usar las palapas para lo que se ha adecuado, evitando mezclar varias actividades al mismo tiempo.

### Galería de arte.

Para mejorar el uso de espacio de la galería de arte se propone ambientar las paredes del lugar con un solo color, se sugirió el uso del color blanco para brindar un ambiente relajado y un color oscuro si se quiere transmitir mucha seriedad; cabe recalcar que la iluminación jugara un papel importante a la hora de presentar las obras de tal manera que, al usar un color oscuro de fondo, deberá permitir o adecuar la iluminación logrando que llegue directamente a las obras para su apreciación.

También debe dividirse la galería en secciones para aprovechar todo el espacio: es recomendable que se lleve a cabo un plan de reestructuramiento de tal forma que se puedan presentar más obras y temáticas.

Dividir por temas el área: preferentemente antes de estructurar las obras dentro de la galería, se deberá realizar una selección de las obras con las que se cuenta, para que de esta manera se puedan dividir por temáticas y no solo se distribuya de manera aleatoria.

Es importante también incluir materiales u objetos que sustenten la información de las pinturas; como un plus para el visitante, se recomienda que al menos dentro de la galería existan elementos tangibles referentes a lo que se representan en las pinturas, esto ayudará a acrecentar el conocimiento de los visitantes del parque y ser más atractivo para ellos.

## CONCLUSIONES

El análisis FODA permitió conocer la situación de la empresa y de esta manera, determinar la estrategia adecuada a seguir, enfrentando las debilidades observadas y proponiendo la mejora continua a través de la imagen e identidad, para aprovechar las oportunidades que se generan.

Se realizó una identidad corporativa sólida (misión, visión, organigrama y valores) que permitirá saber qué rumbo tomar en las decisiones para el mejoramiento de la organización y elaborar planes publicitarios que promuevan la atracción turística regional, estatal, nacional e internacional.

La implementación de la metodología Seiton y Seiso proporciona una imagen corporativa basada en el orden y limpieza de la organización, propiciando de esta manera que los visitantes perciban un ambiente agradable, limpio y ordenado, creando en ellos un atractivo visual, una experiencia única y el posicionamiento de la organización en la mente de los stakeholders. De igual forma permitió proponer un cambio de nombre de Museo de Bécal a Parque Cultural y Regional de la ciudad de Bécal debido a las condiciones y actividades propias de la organización.

## AGRADECIMIENTOS

Los autores le agradecen al parque regional y cultural de la ciudad de Bécál, Calkiní, Campeche, México por las facilidades prestadas para la realización del proyecto y al ITESCAM por el financiamiento otorgado.

## REFERENCIAS

- Amaya, J. A. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*: Universidad Santo Tomás de Aquino.
- Asaad, M. N. M., Saad, R., & Yusoff, R. Z. 5s, Kaizen and Organization Performance: Examining the Relationship and Level of Implementation Using Rasch Model in Malaysian Automotive Company.
- Capriotti, P. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa.
- Castellanos, C. R. R., & Rojas, L. R. (2013). Relación entre cultura y valores organizacionales. *Conciencia Tecnológica*(45), 12-17.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*: Pearson Educación.
- de Ory, V. B. (1999). Desarrollo sostenible, turismo rural y parques culturales. *Cuadernos de investigación geográfica*(25), 125-137.
- Dulhai, G. (2008). The 5S strategy for continuous improvement of the manufacturing processes in autocar exhaust. *Management and marketing*, 3(4), 115-120.
- Gallego, J. J. V. (2003). *La buena reputación: Claves del valor intangible de las empresas*: Ediciones Pirámide.
- Gurian, E. H. (2002). Choosing among the options: An opinion about museum definitions. *Curator: The Museum Journal*, 45(2), 75-88.
- Gutiérrez Aceves, L. O. (2014). *Modelo de comercialización para la producción de lácteos funcionales como factor de competitividad en las empresas queretanas*.
- Jiménez, L. C. Filosofía japonesa del Kaizen: En qué consiste su metodología y cómo las empresas costarricenses pueden prepararse para alcanzar el éxito con su aplicación?
- Pérez, R. C. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*(7), 9-34.
- Pickton, D. W., & Wright, S. (1998). What's swot in strategic analysis? *Strategic change*, 7(2), 101-109.
- Prieto Gutiérrez, J. J. (2010). Seguridad en bibliotecas & Método 5 S.
- Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, 2.