

La evaluación theQhair.

Introducción.

La calidad puede ser definida como (Cuatrecasas Rabos, L. -1999: Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación. Ediciones Gestión 2000. Barcelona):

- el conjunto de características que posee un producto o servicio
- obtenidos en un sistema productivo,
- así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario.

A partir de esta definición son muchos los modelos y la bibliografía en cuanto a implantación y gestión de la calidad tanto general como específica (Gestión de la calidad en peluquería y estética, Ed. Vértice), orientados, en su mayor parte, a la consecución de un elevado nivel de calidad como instrumento para, entre otras cosas, la obtención de cuota de mercado, productividad, motivación del personal o diferenciación en relación a la competencia; en definitiva, beneficio empresarial.

Sin perder de vista esta finalidad, el proyecto que representa theQhair se entiende con el propósito primordial de:

- convertirse él mismo en un servicio.
- el destinatario del cual es directamente el propio sector de la peluquería.
- y con el que el consumidor será, en última instancia, quien obtendrá beneficios en cuanto al servicio recibido:
 - tanto en relación a la calidad técnica, entendida como la valoración que haga del resultado de la transacción comercial realizada,
 - como en relación a la calidad funcional, más preocupada por la valoración sobre la superioridad o excelencia del servicio.

Es desde esta perspectiva, que la evaluación de la calidad bajo theQhair, se presenta como una

- evaluación de servicios ofrecida a los propios profesionales
- que viene a cubrir sus necesidades como usuarios de un producto
- del cual se beneficiará finalmente el cliente del salón.

La ausencia de referentes que consideren la propia calidad como producto en el contexto que se ha establecido en los párrafos anteriores, conlleva que el modelo para su evaluación pueda surgir de un análisis inductivo a partir de los datos disponibles de los grupos de discusión y la encuesta realizada en Cosmobelleza 2010.

- En ambos grupos de discusión, el concepto queda reflejado.
 - En el de profesionales como "calidad del producto", orientado al aspecto funcional de éste
 - y
 - en el de clientes como "resultado", con un acento más técnico.
- El hecho de que en la encuesta dirigida a los clientes la cuestión que obtiene un mayor nivel de puntuación como aspecto a valorar es el elemento 5, "sentirse satisfecho/a con el corte o peinado o el servicio", abunda
 - en la obtención de un servicio final enriquecido cuantitativamente en contraposición a
 - calidad entendida por los profesionales como una superioridad en la forma de entregar la prestación en que
 - además de la prestación principal hecha a medida, se entiende que el cliente también quiere...
 - información, asesoramiento, apoyo y compromiso por parte del profesional.

El punto débil de un análisis inductivo basado en los datos obtenidos de los grupos de discusión es su validez. En la discusión, lo que se gana en profundidad se pierde en amplitud de información y no es adecuado hacer proyecciones sobre actitudes o preferencias de la población general. La metodología empleada en este caso ha permitido, sin embargo,

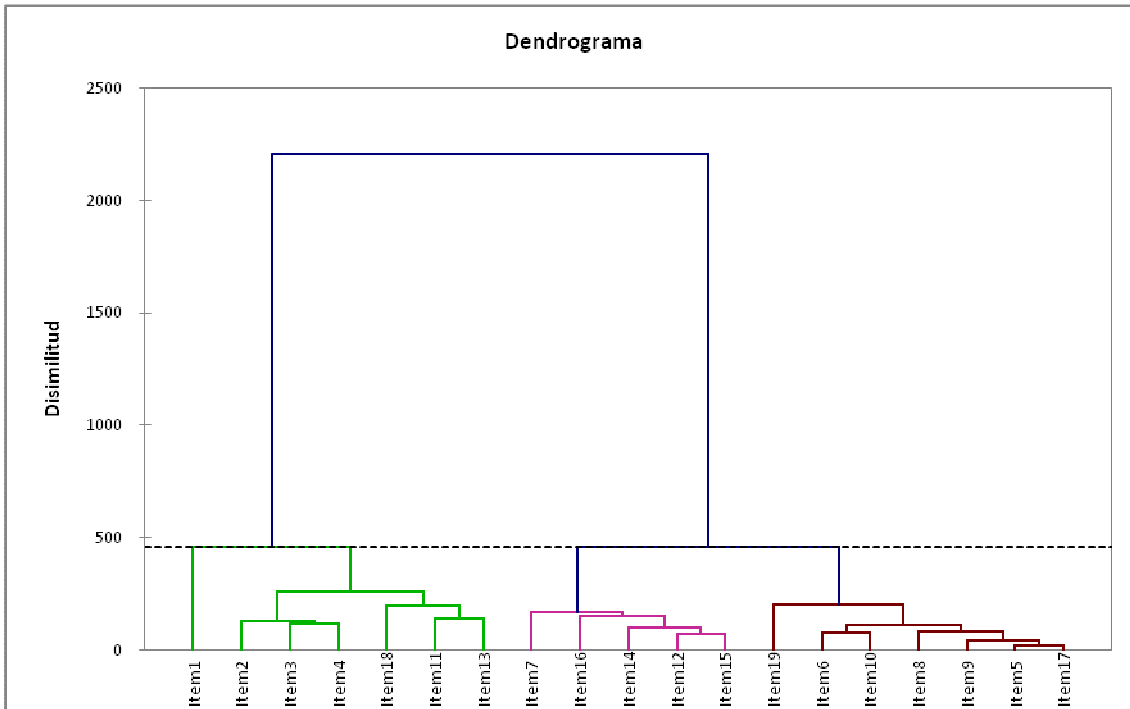
- una cuantificación de las variables obtenidas en los grupos y
- hacer una comparación directa entre los resultados de la discusión de los clientes con la encuesta, aplicada con independencia del focus, a una muestra de 200 personas, obteniendo las siguientes equivalencias:

Conceptos obtenidos en el grupo de discusión	Importancia otorgada por el grupo	Nº de orden del ítem en puntuación total	Ítems de la encuesta
Resultado: Resultado deseado, el peluquero comprende lo que quiero, lo hacen a mi estilo, se ve un buen corte	1	1	Item 5: Sentirse satisfecho/a con el corte o peinado o el servicio
Higiene: Limpieza del local y las herramientas. Sensación de limpieza. Higiene	2	2	Item 17: El nivel de higiene de las herramientas y materiales utilizados
Personalización: Poder ser atendido siempre por la misma persona, poder escoger quien te hará el servicio	3		
Trato: Discreción, buen trato, cordialidad, atención, amabilidad	4	3	Item 9: Ser atendido/a por una persona amable, simpática, servicial y profesional.
Puntualidad: Puntualidad cuando se pide hora. Rapidez en el servicio	5	4	Item 8: Ser atendido/a sin largas esperas
Exhibición formación: Presencia de diplomas en la peluquería	6	8	Item 15: El nivel de formación profesional continuada que reciben los profesionales del salón
Precio: Precio ajustado al servicio	7	7	Item 19: El precio de los servicios
Honestidad: Filosofía no comercial, reparación de las equivocaciones, que no se realicen extras o venta de productos no deseados	8	6	Item 10: Tener la garantía de que el servicio será de calidad y que el establecimiento responderá satisfactoriamente ante una queja o reclamación
Proximidad: Proximidad al trabajo o a casa	9		
Ambiente: Modernidad, atmósfera agradable, no masificación	10	5	Item 6: Disfrutar de un local agradable, limpio, bien decorado y bien climatizado.
Música: como complemento de la espera junto con revistas	11	11	Item 7: Disponer de lecturas, música ambiental, radio, televisión, café, refrescos, etc.

Se puede apreciar que,

- 9 de los conceptos extraídos del grupo tienen equivalencia con ítems de la encuesta.
- De estos, 8 son los que obtienen mayor nivel de puntuación de entre el total de 19 ítems del cuestionario.

Ciertamente, el nivel de proyección de los datos del grupo de discusión entendido como validez convergente no envidia el resultado cuantitativo obtenido en la encuesta. Asimismo la encuesta permite validar los resultados de los focus atendiendo al siguiente agrupamiento de variables:



Donde claramente hay una agrupación de 7 ítems (5, 6, 8, 9, 10, 17 y 19) todos ellos presentes en la discusión, orientados directamente a la calidad entendida ahora, salvo el ítem 5, como algo funcional más que técnico.

La consistencia del resultado del grupo de discusión de clientes hacia encuesta, otorga validez

- a los conceptos obtenidos de aquél y, por extensión,
- al resultado de la dinámica que se desarrolló con los profesionales, pues la metodología fue la misma.

Con un lenguaje sensiblemente diferente, los profesionales coincidieron con los clientes en:

Profesionales	Clientes
Instalaciones: Tamaño de la peluquería, decoración, ambiente y aspecto agradable	Ambiente: Modernidad, atmósfera agradable, no masificación.
Cliente: Trato, confianza y, incluso, vínculo emocional con él	Trato: Discreción, buen trato, cordialidad, atención, amabilidad
Comunicación: Interpretación deseos del cliente, entender lo que el cliente necesita	Resultado: Resultado deseado, el peluquero comprende lo que quiero, lo hacen a mi estilo, se ve un buen corte.
Precio: En relación a la totalidad del servicio prestado	Precio: Ajustado al servicio

Fusionando, además la variable propuesta por los clientes "exhibición de la formación" con la más genérica "formación" indicada por el grupo de profesionales, y llamando "complementos" la variable música encuentro entre los clientes.

En tanto que theQhair se entiende como servicio prestado al profesional opta por la nomenclatura de éstos en la elección de variables a evaluar. Las variables totales son:

Personal: Entendida como los aspectos de organización, motivación, compromiso con la empresa, comunicación entre los miembros del equipo y la consecución de los objetivos de éste.

Formación: Formación, cualificación académica y cultura general tanto del profesional como del personal.

Cliente: Trato, confianza e, incluso, vínculo emocional con él.

Instalaciones: Tamaño de la peluquería, decoración, ambiente y aspecto agradable.

Gestión: Control y gestión de empresa, existencia de proyecto y visión empresarial. Orientación hacia la rentabilidad.

Imagen: Proyección de negocio. Imagen entendida como "marca".

Comunicación: Interpretación deseos del cliente, entender lo que el cliente necesita.

Actitud-personalidad: Autovaloración por parte del profesional, autorrealización en su trabajo.

Sistema de trabajo: Procesos flexibles, capacidad de improvisación a corto y largo plazo, adaptabilidad.

Calidad del producto: Calidad del servicio global.

Higiene: Limpieza en el local y las herramientas. Sensación de limpieza. Higiene.

Puntualidad: Puntualidad cuando se pide hora, rapidez en el servicio.

Personalización: Poder ser atendido siempre por la misma persona, poder escoger quien te hará el servicio.

Honestidad: Filosofía no comercial, reparación de las equivocaciones, que no se realicen extras o venta de productos no deseados.

Proximidad: Proximidad al trabajo o en casa

Complementos: Música y revistas.

Precio: En relación a la totalidad del servicio prestado.

Un modelo inducido.

El trabajo técnico realizado hasta ahora en cuanto la obtención de conceptos significativos para la evaluación de la calidad, pero también la filosofía de theQhair en relación a su vocación de ser una herramienta al servicio del profesional hacia su mejora continua y en beneficio del cliente final, supone que el modelo de evaluación de la calidad pretenda:

1. Introducir a los servicios de peluquería en los principios de la gestión de la calidad total.
2. Facilitar la autoevaluación del servicio de peluquería con el fin de obtener un diagnóstico y definir acciones de mejora.
3. Facilitar el benchlearnig entre los establecimientos adheridos. A diferencia del benchmarking clásico, lo que interesaría es más el proceso de aprendizaje que han seguido otros, que no hacer comparaciones. Aprender de las fortalezas de otros, y de sus errores para evitarlos y obtener ideas para la mejora.

Es fácil integrar los conceptos trabajados hasta ahora en cuatro grandes grupos:

Las personas:

- Motivación y compromiso
- Cualificación y formación
- Habilidades de comunicación y trato
- Orientación al cliente
- Autorrealización
- Comunicación interna

Los recursos:

- Instalaciones, decoración, ambiente aspecto
- Higiene del local y las herramientas
- Proximidad, accesibilidad
- Complementos

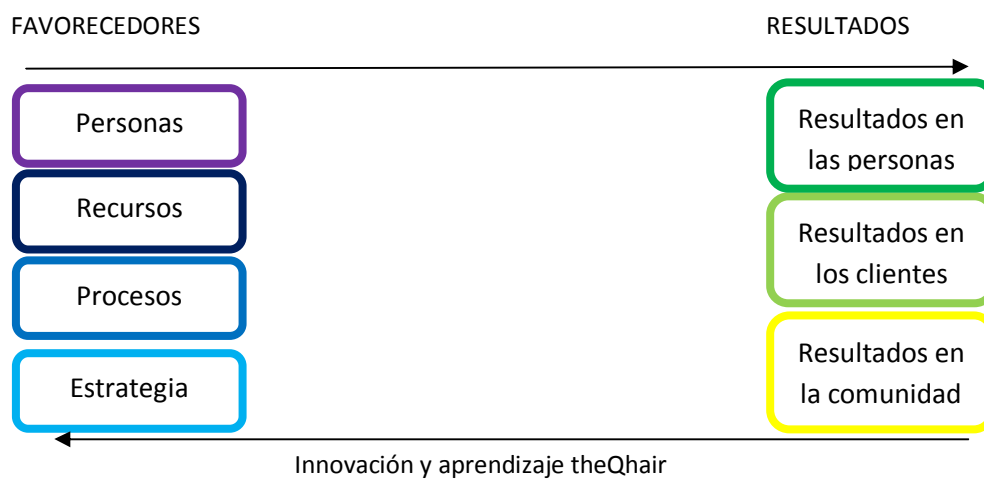
Procesos

- Sistema de trabajo
- Personalización
- Puntualidad
- Reparación de equivocaciones, atención quejas y sugerencias

Estrategia y gestión

- Proyecto empresarial
- Proyección de negocio
- Precio

Y calificarlos de favorecedores de un proceso de búsqueda constante de resultados, innovación y aprendizaje:



FAVORECEDORES

Las personas

El activo más importante de cualquier servicio orientado directamente al cliente. La forma en que se interactúa entre sí y con el cliente, y la gestión de los recursos disponibles decide la calificación del servicio. El respeto, el diálogo, la responsabilidad y un entorno seguro y saludable son fundamentales para asegurar el compromiso y la participación hacia el salón de peluquería, que gestiona, desarrolla y permite que se desarrollen cualidades y potenciales.

Se espera motivación, compromiso con la empresa, comunicación, logro de objetivos, formación, habilidades de comunicación y trato, orientación al cliente. Se alcanza la autorrealización.

La dimensión de la propia peluquería en cuanto a número de personas que colaboran conlleva, en la mayoría de los casos, tener un mayor cuidado de estos aspectos. En general cuantas menos personas intervienen en el servicio, más altos se pueden entender el compromiso, la motivación y la comunicación.

El salón de peluquería se califica por la aportación de cada uno de sus integrantes a las siguientes variables objetivas:

- ratio de experiencia acumulada en el salón (de años de experiencia de todo el personal / n.º de personas).
- ratio del nivel de instrucción reglada en el salón.
- ratio de formación específica en el salón.
- ratio de horas de formación continua específica en los últimos 5 años.
- ratio de horas de formación en temas de gestión, habilidades hacia el cliente, técnicas de comunicación, gestión de riesgos, resolución de conflictos en los últimos 5 años.
- ratio de horas de formación en motivación, gestión emocional, crecimiento personal en los últimos 5 años.

Incluyendo una puntuación en cuanto a reflexiones clave para la autoevaluación y la planificación:

El salón theQhair

- analiza las necesidades actuales y futuras en este ámbito en términos de conocimientos, habilidades y actitudes.
- asegura las capacidades del profesional y de sus colaboradores como adecuadas para desarrollar las tareas y para equilibrar estas con las responsabilidades.

- desarrolla actividades y planes de formación para el profesional y sus colaboradores enfatizando temas de gestión, habilidades hacia el cliente, técnicas de comunicación, gestión de riesgos y resolución de conflictos.
- asegura que las condiciones de trabajo son propicias para conciliar la vida laboral y familiar del profesional y sus colaboradores.
- evalúa el impacto de los programas de formación y desarrollo del profesional y sus colaboradores en relación con el coste de actividades, mediante el control y el análisis coste-beneficio.
- crea de forma proactiva un entorno propicio y desarrolla mecanismos para recoger ideas y sugerencias en este ámbito de los integrantes del salón.
- involucra a los colaboradores en el desarrollo de planes, estrategias, metas, diseño de procesos y en la identificación e implementación de acciones de mejora.

Los recursos

Las instalaciones, la decoración, el ambiente, el aspecto, la higiene del local y las herramientas, la accesibilidad y los complementos al servicio que se derivan del contexto donde éste se realiza son fundamentales para alcanzar los objetivos que se pretenden, pero también se habla de recursos, ahora tecnológicos y financieros, cuando se valora la eficiencia y la eficacia. Todos ellos se utilizan y desarrollan para apoyar la estrategia y los procesos más importantes de cualquier organización.

El salón de peluquería se califica por:

- ratio de superficie del salón / personal
- ratio inversión en tecnología / personal en los últimos X años
- ratio inversión en mantenimiento / personal en los últimos X años

Incluyendo una puntuación en cuanto a reflexiones clave para la autoevaluación y la planificación:

El salón theQhair

- alinea la gestión financiera con los objetivos estratégicos.
- introduce sistemas de planificación de costes (financiación para proyectos, financiaciones pluri-
anuales)
- basa las decisiones de inversión y el control financiero en el análisis coste-beneficio.
- introduce análisis comparativos (benchmarking) con otros salones.
- aplica de forma eficiente las tecnologías más adecuadas a:
 - la gestión de tareas
 - la gestión del conocimiento
 - las actividades formativas y de mejora
- garantiza el uso seguro, eficiente y ergonómicamente adecuado del salón en la accesibilidad, las necesidades personales de los colaboradores y de los equipamientos técnicos.
- garantiza el mantenimiento eficiente, eficaz, planificado y sostenible de las instalaciones y el equipamiento.
- desarrolla una política integral para gestionar los equipamientos físicos y productos, incluyendo la posibilidad de un reciclado seguro.

Los procesos

Hablamos de cómo el salón de peluquería identifica, gestiona, mejora y desarrolla sus procesos clave para apoyar la estrategia y la planificación.

La innovación y la necesidad de generar cada vez más valor para los clientes son elementos impulsores del desarrollo de procesos.

Identificar los procesos clave para el cliente, diseñarlos e implantar cambios, flexibilizar los mismos, personalizar, tener abiertos permanentemente canales de retroinformación.

El salón de peluquería se califica si:

- trabaja con fichero de clientes con datos significativos para el servicio.
- dispone de agenda accesible telefónicamente.
- dispone de agenda accesible electrónicamente.
- Tiene documentados los procesos clave de forma continua.

Incluyendo una puntuación en cuanto a reflexiones clave para la autoevaluación y la planificación:

El salón theQhair

- identifica, describe y documenta los procesos clave de forma continua,
- involucra a los colaboradores en su diseño y desarrollo,
- mejora los procesos sobre la base de la medida de la eficacia, la eficiencia y resultados,
- mide y revisa los cambios de los procesos y desarrolla actividades de benchmarking para lograr mejoras,
- involucra a los clientes en la mejora del servicio,
- promueve la accesibilidad en el salón por canales electrónicos,
- desarrolla sistemas y procedimientos que permitan ofrecer respuestas fundamentadas y gestionar las quejas,
- prende de las innovaciones en este campo de otros servicios,

Estrategia

La manera en que un servicio de peluquería combina de manera eficaz sus actividades interrelacionadas determina su éxito. La estrategia se traduce en planes, objetivos y metas medibles. La estrategia refleja lo que hace cualquier organización para implantar la modernización y la innovación.

El salón de peluquería se califica si:

- Dispone de un plan de empresa
- Dispone de una política de comunicación externa
 - Tiene presencia en
 - Internet
 - En medios locales
 - En medios nacionales
 - En medios internacionales
 - En medios especializados

Incluyendo una puntuación en cuanto a reflexiones clave para la autoevaluación y la planificación:

El salón theQhair

- recoge información relativa a las necesidades y expectativas de los clientes
- recoge información de su entorno referidas al desarrollo social, económico y demográfico
- analiza sistemáticamente sus fortalezas y debilidades
- analiza sistemáticamente riesgos y oportunidades
- equilibra tareas y recursos
- evalúa las necesidades de reorganizar y mejorar estrategias y métodos de planificación.
- crea y desarrolla una nueva cultura y preparación para la innovación mediante la formación y el benchmarking
- controla de forma sistemática los indicadores internos de cambio y las demandas externas de modernización e innovación.
- integra instrumentos y medidas de sistemas de gestión de la calidad total.
- Se orienta al benchlearning.
- se proyecta hacia la comunidad.

RESULTADOS

Resultados en las personas

Hace referencia a la participación de todas las personas implicadas en el salón en theQhair. Es importante conocer la imagen que los propios colaboradores tienen del salón, el entorno de trabajo, del líder, sistema de trabajo, desarrollo de sus propias capacidades y los servicios que da, del reconocimiento de los esfuerzos individuales y de los equipos y el enfoque adoptado para innovar

Los indicadores utilizados son:

- [recopilación documental vía internet de las aportaciones de las personas theQhair](#)
- [análisis en interacción social](#)
- [programa de apoyo a la persona theQhair](#)

Resultados en los clientes

Para theQhair es muy importante medir directamente la satisfacción de los clientes en relación a la imagen global del servicio que se da.

La información que se recoge incluye datos sobre el servicio, la imagen de del salón, cortesía, amabilidad y empatía del personal.

Los indicadores utilizados son:

- [recopilación documental vía internet de las sugerencias de los clientes theQhair](#)
- [análisis en interacción social.](#)

Resultados en la comunidad

Hablamos del impacto sobre la comunidad, su reputación social y el comportamiento ético de theQhair.

El indicador utilizado es:

- La aceptación social de sus buenas prácticas
- [análisis en interacción social](#)

[Análisis en Interacción Social.](#)

El AIS es

- Un catalizador para la comunicación de las personas, los clientes y el entorno social de theQhair,
- orientado a la participación ya la obtención de información rápida y de primera mano
- mediante la aplicación de técnicas cualitativas de investigación social en procesos organizacionales y
- con el objetivo
 - de aumentar el bienestar de la persona que forma parte de theQhair y
 - la satisfacción del cliente theQhair.

Como recurso externo e independiente cuya misión es trasladar información desde cualquier lugar de la red theQhair, no interviniendo en su contenido y sistematizando su presentación de una forma correcta, apropiada, pertinente, confidencial e imparcial.

La rapidez en la presentación de esta información permite la evaluación inmediata de actuaciones y la toma de decisiones rápida y contingente.

Facilita la participación de las personas theQhair en aquellos procesos que les son propios en tanto que destinatarios o agentes de su aplicación, aumentando la calidad de estos procesos, maximizando los beneficios que de ellos se derivan y redundando en un mayor nivel de satisfacción en el trabajo, identificación con los valores, y reforzando la cohesión en theQhair.

El AIS permite identificar las diferentes variables que se ven implicadas en el desarrollo cotidiano de la actividad laboral y empresarial, explicando el impacto que éstas tienen, pues:

- Diagnostica percepciones, actitudes y conductas.
- Genera hipótesis que pueden, además, probar de forma cuantitativa.
- Obtiene información útil en la estructuración de cuestionarios al personal o cliente theQhair.
- Suministra información básica general sobre una categoría de servicio/producto, unidad, campaña, programa de personal, etc.
- Detecta impresiones conceptuales sobre las que hay poca información.
- Estimula nuevas ideas para nuevos conceptos creativos y formas de organizarse.
- Interpreta resultados cuantitativos previamente obtenidos.
- Comprende reacciones emocionales.

El AIS se aplica de forma rutinaria a los procesos organizativos genéricos:

- Detección de necesidades formativas.
- Valoración de cursos y programas formativos.
- Estudios de factores que intervienen en la toma de decisiones.

- Identificación de puestos de trabajo de riesgo personal.
- Grupos para la calidad.
- Estudios de comunicación.
- Estudios sobre la satisfacción o las necesidades de los usuarios/clientes de la organización.

Y también en áreas con mayor compromiso y carga emocional:

- Percepción / imagen de la organización y valores corporativos.
- Motivación.
- Grupos de opinión.
- Prevención / detección de conflictos.
- Clima laboral.
- Seguimiento de procesos de cambio.
- Diagnóstico y resolución de situaciones problemáticas.

En todos los casos se facilita información de primera mano a un nivel de profundidad cerrado los estudios cuantitativos y con la particularidad de que esta información surge de la interacción social, aspecto inalcanzable desde aquellos. Al mismo tiempo, la rapidez tanto en el diseño del estudio como en la disponibilidad de los resultados supone una ventaja incuestionable sobre los estudios cuantitativos cuando esta información es requerida para una toma de decisiones ágil.

La composición de los grupos es adaptada a la finalidad del estudio y por tanto abierta a los objetivos que se persiguen, permitiendo grupos verticales, horizontales, mixtos y combinados (grupos formados por personas theQhair y clientes). Así mismo el contexto en el que se realiza el estudio varía según la influencia que éste puede ejercer sobre los propios participantes.

La información obtenida de los debates es siempre tratada en su conjunto y la derivada de una comunicación producto de la aplicación global del proceso, desvinculada de cada uno de los grupos que han intervenido en su elaboración y, por tanto, de cada uno de sus participantes. Sólo el investigador tiene acceso a los datos, registros y transcripciones utilizados para la confección de los informes que se entregan.

Programa de Apoyo a la Persona theQhair. PSP

El PSP es un sistema de asistencia libre, confidencial y profesional bajo el formato del Counseling, que reciben las personas theQhair y familiares directos con el objetivo

- de ofrecer apoyo en la resolución de aquellos problemas que tienen impacto sobre su conducta profesional

- reducir las consecuencias personales y profesionales negativas de estos problemas
- obtener información global sobre circunstancias internas de la red theQhair que pueden favorecer su aparición.

De uso corriente en las grandes corporaciones, los programas de apoyo son una estrategia ampliamente contrastada, ya lo largo de los años ha podido demostrar que

- Del 15% de los trabajadores que concentran el 90% del absentismo, los factores emocionales explican el 61% del tiempo de ausencia al trabajo.
- Del 10 al 15% de los trabajadores de cualquier organización tienen problemas personales severos. El rendimiento de los trabajadores que atienden directamente a clientes se ve reducido al menos en un 35%. Todo ello conlleva del 3 al 5% de la nómina de la organización.
- Los factores personales e interpersonales explican del 65 al 80% de las no renovaciones/despidos en las empresas.
- La tensión y la precipitación están presentes en el 85% de los accidentes laborales.
- Cuando se optimiza el uso de los programas de apoyo, hay un ahorro en nómina del 3,45% por reducción del absentismo / rotación y aumento de la productividad. El coste de los programas de apoyo representa para estas compañías el 0,14% de la nómina.
- Hay una mejora del clima laboral.
- Hay una clara repercusión en la imagen corporativa de la organización.



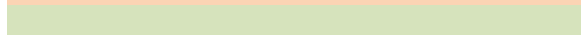

Características del PSP theQhair:

- La consulta es gratuita, confidencial y profesional.
- La consulta cara a cara se realiza en despacho privado y externo y fuera de horarios de trabajo.
- Si se prefiere la consulta telefónica ésta se puede concertar previamente. También se pueden efectuar consultas vía e-mail.
- La relación profesional se establece entre el psicólogo y el trabajador.
- El tipo de consultas abarcan problemas clínicos, familiares, profesionales y personales que no necesariamente, en su origen, deben estar relacionados con el trabajo.
- La finalidad es:
 - Efectuar un diagnóstico comprensivo de la problemática de la persona theQhair
 - Informar de los recursos personales y contextuales disponibles
 - Orientar en la resolución del problema
 - Realizar un seguimiento evolutivo

Tipo de PSP según el inicio:

- PSP preventivo: la persona theQhair o un familiar se dirige directamente al servicio que le proporciona la empresa.
- PSP resolutorio: El supervisor, jefe o gerente deriva en una acción PSP un colaborador que muestra comportamientos que afectan negativamente de forma real o potencial su rendimiento, el funcionamiento de su grupo de trabajo o el clima laboral.
- PSP de incidentes críticos. El psicólogo se ofrece directamente a la persona theQhair que ha sufrido alguna situación de alto impacto emocional (pérdida, accidente...) susceptible de desencadenar un trastorno por estrés post-traumático.

AUTOEVALUACIÓN:

	Ítems necesarios para la adhesión a theQhair
	
	Ítems para la obtención de calificación
	

LAS PERSONAS		Traza Q
Nombre:		
Ocupación:		
Nivel profesional:		
Cargo:		
Estudios:		
Formación específica: <input type="checkbox"/> Ciclo medio peluquería/estética <input type="checkbox"/> Ciclo superior peluquería/estética		
Formación continua específica: (¿cuántas horas de formación continua/ocupacional en el ámbito de la peluquería/estética puede acreditar en los últimos 5 años?):		
Otra formación (¿cuántas horas de formación en gestión, orientación al cliente, técnicas de comunicación, gestión de riesgos, resolución de conflictos puede acreditar en los últimos 5 años?):		
Otra formación (¿cuántas horas de formación en motivación, gestión emocional, crecimiento personal puede acreditar en los últimos 5 años?):		
Nombre:		
Ocupación:		
Nivel profesional:		
Cargo:		
Estudios:		
Formación específica: <input type="checkbox"/> Ciclo medio peluquería/estética <input type="checkbox"/> Ciclo superior peluquería/estética		
Formación continua específica: (¿cuántas horas de formación continua/ocupacional en el ámbito de la peluquería/estética puede acreditar en los últimos 5 años?):		
Otra formación (¿cuántas horas de formación en gestión, orientación al cliente, técnicas de comunicación, gestión de riesgos, resolución de conflictos puede acreditar en los últimos 5 años?):		
Otra formación (¿cuántas horas de formación en motivación, gestión emocional, crecimiento personal puede acreditar en los últimos 5 años?):		

Mi salón	No lo necesita	Planificado	Desarrollado	Traza Q
P1. Asegura que las condiciones de trabajo son propicias para conciliar la vida laboral y familiar del profesional y sus colaboradores.				
P2. Pide sugerencias y recoge ideas de los colaboradores y los hace parte integrada				
P3. Involucra a los colaboradores en su desarrollo diseñando procesos e identificando i aplicando acciones de mejora				
P4. Desarrolla actividades y planes de formación para el profesional y sus colaboradores, enfatizando temas de gestión, habilidades respecto al cliente, técnicas de comunicación, gestión de riesgos y resolución de conflictos				
P5. Analiza las necesidades actuales y futuras en este ámbito en términos de conocimientos, habilidades y actitudes.				
P6. Asegura las capacidades del profesional y de sus colaboradores como adecuadas para desarrollar las tareas y para equilibrar éstas con las responsabilidades.				
P7. Evalúa el impacto de los programas de formación y desarrollo tanto del profesional como de sus colaboradores mediante control y análisis				

LOS RECURSOS				Traza Q
Superficie total del salón (m2) :	Superficie de trabajo (m2):			
Inversión anual en X				
Inversión anual en X				
Mi salón	No lo necesita	Planificado	Desarrollado	Traza Q
R1. Garantiza el uso seguro, eficiente y ergonómicamente adecuado del salón en la accesibilidad, las necesidades personales de los colaboradores y de los equipos técnicos.				
R2. Garantiza el mantenimiento eficiente, eficaz, planificado y sostenible de las instalaciones y del equipo técnico.				
R3. Desarrolla una política integral para gestionar los equipos técnicos y productos, incluyendo la posibilidad de un reciclado seguro.				
R4. Introduce sistemas de planificación de costes (financiación por proyectos, financiación plurianual)				
Aplica de forma eficiente las tecnologías más adecuadas a:				
R6 la gestión de tareas				
R7 la gestión del conocimiento				
R8 las actividades formativas y de mejora				
R10. Observa y analiza comparativamente otros salones.				

PROCESOS

Mi salón	SI	NO	Traza Q
Puede concertar citas telefónicamente			
Trabaja con fichero de clientes con datos significativos para el servicio			
Recoge documentalmente sugerencias de los clientes			
Dispone de un proceso de atención de quejas			
Puede concertar citas electrónicamente (internet)			

Mi salón	No lo necesita	Planificado	Desarrollado	Traza Q
PR1 Involucra a los clientes en la mejora del servicio				
PR2. Involucra a los colaboradores en su diseño y desarrollo				
PR3. Promueve la accesibilidad al salón por canales electrónicos				
PR4. Desarrolla sistemas y procedimientos que permitan ofrecer respuestas fundadas y gestionar las quejas				
PR5. Identifica, describe y documenta los procesos clave de forma continua				
PR6. Mejora los procesos sobre la base de la medida de la eficacia, la eficiencia y los resultados				
PR7. Mide y revisa los cambios de los procesos, y observa y documenta lo que hacen otros salones para conseguir mejoras				
PR8. Aprende de las innovaciones en este campo de otro tipo de servicios				

ESTRATEGIA

Mi salón	SI	NO	Traza Q	
Dispone de un plan de empresa				
Dispone de una política de comunicación externa				
Tiene presencia en				
Internet				
Medios locales				
Medios nacionales				
Medios especializados				
Mi salón	No lo necesita	Planificado	Desarrollado	Traza Q
E1. Recoge información relativa a las necesidades y expectativas de los clientes				
E2. Recoge información de su entorno relativa al desarrollo social, económico y demográfico				
E3. Analiza sistemáticamente sus fortalezas y debilidades				
E4. Analiza sistemáticamente riesgos y oportunidades				
E5. Equilibra los recursos materiales y humanos con las tareas.				
E6. Evalúa las necesidades de reorganizar y mejorar estrategias y métodos de planificación				
E7. Crea y desarrolla una nueva cultura y preparación para la innovación mediante la formación y la observación de de otros salones y sectores				
E8. Controla de forma sistemática los indicadores internos de cambio y las demandas externas de modernización e innovación				
E9. Integra instrumentos y medidas de sistema de gestión de la calidad total				
E10. Se orienta al compartir conocimientos y experiencias con otros salones y sectores				
E11. Se proyecta hacia la comunidad.				