

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO
PRIVADO JOHN VONNEUMANN**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**



**“DISEÑO DE PROPUESTA DE MEJORA EN LA CALIDAD DE ATENCION AL
CLIENTE EN “EDITORES GRAFICOS CONCEPTO”.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES.**

ALUMNOS:

PAOLA ALEJANDRA HUESA MAMANI
YHANYNA ACOSTA VALLADARES

PROFESOR ASESOR:

BEN YABAR VEGA

TACNA –PERÚ

2015

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor”

Dedicatoria

La presente tesis va dedicada a mis padres, por su respaldo y por entenderme en los momentos en los que no podía estar con ellos, ya que estaba en las aulas ofreciendo lo mejor de mí para brindarles un mejor futuro.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCION

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1	Introducción de los Antecedentes del Estudio.....	14
1.1	Título.....	15
1.2	Planteamiento.....	15
1.3	Objetivos del Problema.....	17
1.3.1	Objetivo General.....	17
1.3.2	Objetivos Específicos.....	17
1.4	Justificaciones.....	18
1.5	Definiciones Operacionales.....	18
1.6	Metodología.....	19
1.6.1	Tipo de Proyecto.....	19
1.6.2	Propuesta de Mejora.....	21
1.7	Alcances y Limitaciones.....	22
1.7.1	Alcances.....	22
1.7.2	Limitaciones.....	22

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.	Introducción del Marco Teórico.....	26
2.1	Calidad de Atención al Cliente.....	27
2.2	Conceptualización de Calidad de Atención al Cliente.....	27

2.3	Componentes de Calidad de Atención al Cliente.....	29
2.4	Modelos de Calidad de Atención al Cliente.....	30
2.4.1	Modelo Servqual.....	31
2.4.2	Modelo Kano.....	34
2.4.2.1	Calidad Atractiva.....	34
2.4.2.2	Calidad Unidimensional.....	35
2.4.2.3	Calidad Requerida.....	35
2.4.2.4	Calidad Indiferente.....	35
2.4.2.5	Calidad Inversa.....	35
2.4.3	Modelo Servperf.....	36
2.5	Análisis Crítico.....	37

CAPITULO III: MARCO REFERENCIAL

3.	Introducción del Marco Referencial.....	40
3.1	Breve Historia.....	41
3.2	Descripción de la Empresa.....	42
3.3	Organización y componentes.....	43
3.3.1	Gerente.....	43
3.3.1.1	Funciones.....	44
3.3.2	Departamento Creativo (Diseñador Gráfico).....	44
3.3.2.2	Funciones.....	45
3.3.3	Departamento de Prensa (Operador de la Máquina Offset).....	45
3.3.3.1	Funciones.....	46
3.4	Misión.....	46
3.5	Visión.....	46
3.6	Compromiso.....	47

3.7	Análisis Externo e Interno.....	47
3.7.1	Análisis Interno.....	47
3.7.2	Análisis Externo.....	47
3.8	Análisis Foda.....	48
3.9	Productos o Servicios que Ofrece la Empresa.....	48
3.10	Análisis Crítico.....	49

CAPITULO IV: PROPUESTA DE MEJORA

4.	Introducción de la Propuesta de Mejora.....	51
4.1	Propuesta de Mejora	52
4.2	Identificación del Área o Variable a Mejorar.....	53
4.3	Diagnostico.....	53
4.3.1	Encuesta.....	53
4.3.2	Entrevista.....	64
4.3.3	Observación.....	67
4.3.4	Diagrama de Flujo.....	68
4.4	Definición de Propuestas.....	69
4.4.1	Planes de Acción.....	69
4.4.2	Estrategias.....	69
4.4.3	Actividades.....	69
4.4.4	Tareas.....	70
4.4.5	Costos u Otros.....	71
4.5	Definición de Mecanismos de Control.....	72

CAPITULO V: SUGERENCIAS

5. Introducción de las Sugerencias.....	75
5.1 Sugerencias.....	76
5.2 Conclusiones.....	77
5.3 Bibliografía.....	78

BIBLIOGRAFIAS

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla nro. 01: Componentes de Calidad de Atención al Cliente según Carlos López...	21
Tabla nro. 02: Dimensiones del Modelo SERVQUAL.....	33
Tabla nro. 03: Diagrama de Flujo.....	62
Tabla nro. 04: Costo de Materiales.....	62
Tabla nro. 05: Indicadores de la Atención al Cliente según Nicole schmoll.....	63

INDICE DE FIGURAS

Figura nro. 01: Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.....	32
Figura nro. 02: Análisis de Kano - Desarrollo del Producto.....	34
Figura nro. 03: Modelo Servperf de Calidad de Servicio.....	36
Figura nro. 04: Organización y Componentes.....	43
Figura nro. 05: Análisis Foda.....	45
Figura nro. 06: Propuesta de Mejora	49
Figura nro. 07: Servicio que Brinda la Imprenta.....	51
Figura nro. 08: Se muestra Limpia y Ordenada.....	52
Figura nro. 09: Las Impresoras son de Calidad y Marca Confiable.....	53
Figura nro. 10: El Personal Desempeña Correctamente su Función.....	54
Figura nro. 11: Atención que Brinda la Imprenta Concepto.....	55
Figura nro. 12: Maneja una Estabilidad en su Ambiente Laboral.....	56
Figura nro. 13: Los Trabajos de Imprenta que Solicita son Adecuados.....	57
Figura nro. 14: Como Califica el Servicio de las Imprentas en la Ciudad de Tacna.....	58
Figura nro. 15: Considera que el Trabajo de Impresión tiene un Valor Justo.....	59
Figura nro. 16: Servicio a Domicilio para Entrega y Recepción.....	60
Figura nro. 17: Diagrama de Flujo.....	65

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es el resultado de un estudio que permitió a la industria gráfica satisfacer la demanda global de un arduo trabajo de esta empresa Concepto E.I.R.L., donde podemos darnos cuenta que es una empresa de impresión grafica e ilustración fundada en agosto del 2010 en nuestra localidad de la ciudad de Tacna, desarrollándose ya hace cinco años en la Calle. 02 de Mayo Nro. 837 Int. 2-a Galeria Copaja (Altura de Tacna Centro).

Brindando desde entonces un buen servicio, confiabilidad, exclusividad, comunicación visual y marketing para mejora de sus clientes en cuanto a sus ventas y por supuesto vendiendo talento humano ya que todos sus trabajadores cuentan con una amplia experiencia laboral y técnica en cuanto a los servicios de impresión e ilustración gráfica. Con la única finalidad de aportar en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas aportando en su crecimiento y elevación de ventas.

Tarea relacionada con la imagen gráfica, visual e informática que analiza los recursos económicos necesarios para dichas actividades, posteriormente se muestra las gráficas que permitieron conocer el desempeño y desarrollo financiero que permitió la viabilidad de este proyecto.

Este proyecto nos ayudó a definir y tener en claro el análisis situacional de esta empresa que poco a poco fue introduciéndose en el rubro y comercialización de imprentas graficas mate y a full color. Mediante la constante capacitación e innova con sus servicios técnicos nos presentó variados diseños a la demanda exigente e informada

en nuestra localidad tacneña.

Los resultados en base a nuestras encuestas son la garantía de una ardua y competitiva labor con un 45 % de los encuestados lo cual nos afirman que están de acuerdo y que se sienten satisfechos con los servicios que brinda, pero un 47 % afirma que esta totalmente de acuerdo con esta empresa Conceptos E.I.R.L, lo cual nos indica un gran desempeño técnico y una buena atención al cliente.

Lo cual nos recuerda el compromiso de siempre, en dar satisfacción y mejora en la atención a nuestros clientes, además de presentar siempre una innova en la variedad de servicios en nuestro rubro de imprentas, acorde a las exigencias dadas por nuestros clientes que buscan nuestro servicio día a día.

Del cual nuestros resultados obtenidos , nos ayudó a manejar y plantear nuestros proyectos estratégicos , indicadores de gestión en base a nuestros objetivos presentando nuestras graficas en base también a nuestras encuestas , de la mano con nuestro sistema de calidad , capacitación a nuestros clientes internos y un plan de comunicación interna.

.

Esta propuesta ha analizado criterios orientados hacia el cumplimiento de nuestros objetivos como los cuales tenemos prioridad en enfatizarlos ya que en base a ellos podemos tener una buena administración estratégica y así poder administrar mejor nuestra forma de trabajo en la imprenta concepto E.I.R.L.

INTRODUCCION

En este proyecto podemos apreciar como esta empresa Concepto E.I.R.L, comenzó desde sus inicios en agosto del 2010 y como fueron poco a poco introduciéndose y generando confianza en la población tacneña en el rubro de impresión e ilustración gráfica, la cual con su frecuente innova fue ampliándose en su infraestructura y maquinaria para brindar mejor tecnología en sus trabajos de impresión gráfica.

El objetivo central de este proyecto es : Diseñar una propuesta mejora para Optimizar la calidad de atención al cliente en la imprenta editores gráficos concepto E.I.R.L , dedicada a la impresión e ilustración grafica desde el 2010 hasta el 2015 en la comunidad tacneña , presentando diversos servicios en base a la exigencia de la demanda que poco a poco fue mejorando gracias a la confiabilidad y desempeño laboral en sus optimas maquinarias , aprovechando la tecnología de dichas para brindar un mejor servicio y evitando posibles quejas .

En busca de la demanda de la compleja satisfacción de nuestros clientes, nos concentraremos en el esfuerzo de nuestra mano de obra calificada en base a sus experiencias y manejo técnico en la ejecución e implementación de imprentas e ilustraciones gráficas para una optimo desempeño.

Teniendo claro nuestro objetivo central y en base a ello rescataremos nuestras futuras propuestas de mejora en cuanto a la calidad en nuestros servicios de la empresa Concepto E.I.R.L para poder así lograr una mejora en la imprenta concepto E.I.R.L y así poder lograr nuestros objetivos planteados.

Ahora analicemos en cuanto a nuestro contenido, básicamente en el primer capítulo consiste en los antecedentes del estudio, la cual se mostrara el título: Propuesta de mejora en la calidad de atención al cliente en la imprenta Editores Gráficos Concepto E.I.R.L.

Seguidamente estará el planteamiento de este proyecto, también los objetivos del problema y sobre todo el objetivo central que es diseñar una propuesta mejora para optimizar la calidad de atención al cliente en la imprenta editores gráficos concepto, seguidamente de sus objetivos específicos.

En el caso de la metodología. Nos enfocaremos en un estudio prospectivo, descriptivo, y observacional de corte transversal, en el cual analizaremos la atención que se brindan a nuestros clientes, externos como internos, para un mejor ambiente laboral, compromiso y competitividad.

Por lo tanto tenemos claro nuestros recursos humanos que es la base de toda ente para cumplir los objetivos y metas propuestas por la empresa, Concepto E.I R.L ya con cinco años en la localidad de Tacna tiene fuerte brecha laboral en cuanto al manejo, control y desempeño de nuestros clientes internos la cual es la fuerza de esta empresa, con el único fin de obtener altos beneficios, obteniendo rentabilidad hacia la empresa.

CAPITULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Titulo - Planteamiento del tema– Objetivos del problema - Justificaciones –

Definiciones operacionales – Metodología –

Alcances y Limitaciones

1. Introducción de los antecedentes del estudio

El presente capítulo consiste en definir nuestro planteamiento del proyecto basándonos en los objetivos específicos y general propuestos por la empresa concepto E.I.R.L que nos ayudara a plantear nuestro proyecto en cuanto a la atención a los clientes.

Buscando así una metodología que aporte una solución a los problemas que pueda presentar la empresa, viendo la temática en cuanto a las inquietudes, reclamos y futuras soluciones en beneficios a los clientes que buscan nuestro servicio.

Este presente capítulo se llevara a cabo a nivel organizacional, ya que la imprenta solo se encuentra en Tacna, por ende veremos cuáles son nuestros alcances y limitaciones que nos permitirán obtener una ventaja competitiva y un método de estrategias que nos ayudaran a crecer a futuro.

1.1 Título del tema :

Propuesta de mejora en la calidad de atención al cliente en la imprenta Editores Gráficos Concepto E.I.R.L.

1.2 Planteamiento del tema:

En la Imprenta “Editores Gráficos Conceptos” E.I.R.L. se ha podido observar algunas falencias por partes de la empresa como del personal que laboran, tales como: Falta de personal y tiempo, fallas en el establecimiento de prioridades con respecto a las reclamaciones, falta de mecanismos para atender y solucionar en el primer contacto las inquietudes y reclamos, demoras en la entrega de materiales impresos, falta de una área o oficina para decepcionar reclamos y dar soluciones inmediatas a los clientes o usuarios de la imprenta.

Al no solucionar los problemas mencionados arriba, desvirtuaría la importancia del servicio al cliente, lo que afectaría negativamente la imagen de la imprenta y generaría desconfianza entre los usuarios de los servicios de la entidad, aspectos que pondría en riesgo la supervivencia de la organización.

Por lo que se hace necesario diseñar una propuesta de mejora en la calidad de atención al cliente, a fin de prevenir y tomar medidas correctivas sobre los problemas existentes en la imprenta; al diseñar la propuesta mejora en la entidad empresarial permitirá mejorar la calidad de atención al cliente en la imprenta editores gráficos concepto.

1.3 Objetivos del Problema:

1.3.1 Objetivo General:

Diseñar una propuesta mejora para optimizar la calidad de atención al cliente en la imprenta editores gráficos concepto.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Conocer el proceso que utiliza la imprenta editores gráficos concepto respecto a la atención al cliente.
- Determinar la satisfacción del cliente respecto a la atención que ofrece la imprenta editores gráficos concepto.
- Proponer soluciones para mejorar la atención al cliente en la imprenta editores gráficos concepto.
- Diseñar indicadores que controlen la ejecución de las actividades del proceso.

1.4 Justificaciones:

Esta propuesta de mejora estará basada en las teorías planteadas por Parasuraman, Zeithaml y Berry cuyo objetivo es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización, Así como Sam walton y Tony hsieh que tienen amplio conocimiento en cuanto a servicio al cliente.

Para medir la satisfacción del cliente utilizaremos el modelo del gap, que analiza la satisfacción del cliente entre la percepción de calidad y expectativas que consiste en un procedimiento de evaluación mediante encuestas que evalúa los factores clave que miden la calidad satisfacción del cliente.

Llevado a cabo este modelo podemos contribuir a identificar el problema para poder presentarlo al director de la imprenta editores gráficos concepto, y así él pueda tomar decisiones frente a esta propuesta de mejora que se está presentando en esta empresa por sus clientes.

1.5 Definiciones Operacionales:

La calidad de atención al cliente ofrecida por la empresa concepto E.I.R.L según Zeithaml, Berry y Parasuraman (1993) es la mejor forma de atraer a los clientes basándonos en sus perspectivas deseos que tienen sobre el servicio ofrecido por una empresa u organización, satisfaciendo así las necesidades de nuestros clientes potenciales.

Para lograr esto se podría utilizar una encuesta, que es una técnica de investigación de campo dada a un grupo de personas, para poder así tener un mayor acopio de información por parte de nuestros clientes y que sirva para la propuesta de una mejora planteada.

Para poder brindar una excelente calidad de atención al cliente hay que mantener un primer contacto con el cliente que nos conduzca a la información sobre sus gustos deseos o actitudes para poder ofrecerle un servicio de calidad con la finalidad de que el cliente nos dé una alternativa de mejora.

1.6 Metodología:

1.6.1 Tipo de Proyecto:

El objetivo de realizar esta propuesta de mejora, es para poder contribuir a la mejora de la imprenta, así también para resolver algunos problemas que pudieran haber, partiendo desde el diagnóstico de la situación actual de la imprenta hasta los resultados obtenidos.

Zeithaml, Berry y Parasuraman (1993) nos dicen que que sus objetivos es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. En el caso de la imprenta concepto E.I.R.L el rendimiento del personal esta centrado en la función que brinda cada uno a sus clientes, asi como en una empresa comercial que esta orientada por las ventas que realiza cada año.

Para abarcar y poder obtener una mejora en la atención al cliente nos hemos basado en la investigación de Zeithaml, Berry y Parasuraman (1993) la calidad del servicio está determinada por el consumidor a través de encuestas y de una escala que analiza la satisfacción del cliente entre la percepción de calidad y expectativas.

Para lograr la propuesta de mejora se utilizarán los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, una vez que estos hayan sido analizados y correctamente evaluados. Dichos resultados deben de guiarnos a un plan de mejora y a los dispositivos de atención, calidad y servicio que puedan convertir las situaciones, problemas o malestares entre las personas que trabajan en la imprenta diseñando dispositivos adecuados que nos ayuden a resolver estos conflictos, siempre y cuando estén orientados hacia el logro de los objetivos específicos de la empresa.

Estos dispositivos de atención, calidad y servicio deben de ser eficaces y realizables para la imprenta concepto E.I.R.L. para que el trabajo de cada uno de nuestros trabajadores genere efectividad dentro de la imprenta y así obtener un mejor prestigio.

Este proyecto se basará en un estudio prospectivo, descriptivo, analítico ya que se analizará la satisfacción de los clientes. Y el tipo de investigación será de campo y aplicativo, porque se harán encuestas a las personas en determinados lugares para saber cuál es su expectativa y percepción acerca de la calidad de servicio que ofrecemos.

1.6.2 Propuesta de Mejora:

Idea o modelo que describe la organización de actividades, analiza los problemas que se puedan presentar en la empresa en torno al manejo financiero de la empresa o de la atención, servicio, calidad brindada a nuestros clientes, también alternativas de mejora continua que se pretenden efectuar en un tiempo determinado para así poder mejorar como empresa E.I.R.L.

Esta propuesta de mejora es una idea o proyecto sobre un asunto o negocio que se desea presentar ante una o varias personas que tienen la suficiente autoridad para poder aprobar o rechazar el presente proyecto basado en la mejora de la atención al cliente.

Para ello nos enfocaremos en varias propuestas planteadas por la empresa y según el criterio de nuestros potenciales clientes que nos puedan permitir sacar una ventaja sobre las otras imprentas que se encuentran ubicadas en Tacna ya que cada una de estas también cuenta con un plan estratégico que puede ser o no superior al de concepto E.I.R.L.

Así mismo estaremos planteando una buena estrategia y plan de mejora para lograr ser líder en el mercado tacneño y en todo el Perú de acuerdo a nuestra propuesta para brindar una mejor calidad de atención al cliente haciendo que tengan preferencia por nosotros por nuestra forma de trabajo, atención, calidad y servicio.

Propuesta de mejora planteada por la empresa concepto E.I.R.L

1.7 Alcances y Limitaciones:

1.7.1 Alcances:

- Se determinara la viabilidad del proyecto expuesto, su rentabilidad, sus objetivos y su monto de inversión.
- Se analizan los riesgos inherentes a la empresa, para evitar desestabilizar el mercado.
- Se definirá una propuesta estratégica para que la imprenta se realice con una excelente calidad y servicio.
- Lograr la rentabilidad proyectada
- Lograr el liderazgo en el mercado tacneño y peruano.

1.7.2. Limitaciones:

- El monto que invirtió la empresa es del 45% del capital de la empresa para la compra de nuevas impresoras, materiales, etc., no podrá ser más de esto porque el personal no quiere perder su mayoría.
- El proyecto será válido en el periodo de tiempo en el que este se realice, con los datos proporcionados por la imprenta, debido a que puede haber cambios en las finanzas de la empresa o en el mercado tacneño.
- La información, es la proporcionada por la empresa, a la fecha de inicio del proyecto, y sus proyecciones están en base a la misma, cualquier cambio o tiempo, modificaría las cifras financieras.
- El lugar donde se encuentra establecido es seguro y confiable pero no tiene una estructura amplia a vista de nuestros clientes, es por ello que se manejara una

mejor estabilidad financiera para lograr atender a nuestros clientes en un mejor local, ambiente.

El siguiente proyecto será llevado a cabo a nivel organizacional, ya que la imprenta solo se encuentra en Tacna y que además necesita generar ingresos puesto que trabajan de una manera directa con el cliente, cabe recalcar que se trabajara con el que se cuenta con el siguiente personal:

- **Secretaria:** atención al cliente, costos, tipo de trabajo
- **Diseñador:** plasma el arte del cliente, lo que el cliente quiere expresar
- **Ofscistas:** se encarga de impresión offset.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

Calidad de atención al cliente – Conceptualización de calidad de atención al cliente -
Componentes de calidad de atención al cliente - Modelos de calidad de atención al cliente
– Análisis crítico.

2. Introducción del Marco Teórico

Aquí básicamente nos concentraremos en la atención de calidad a nuestros clientes basándonos en los modelos, componentes, conceptualización y todo lo referido a nuestro servicio de impresión ofrecido a través de una excelente atención de calidad, con el cual aplicaremos una estrategia en favor de la empresa conceptos E.I.R.I.

Es por ello que en este capítulo, veremos los componentes de calidad de atención al cliente, componentes como: seguridad, credibilidad, comunicación, comprensión del cliente, accesibilidad. Cortesía, profesionalismo, capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos intangibles.

También sobre la forma de trabajo organizacional por parte del personal que labora en la imprenta y todo en favor a la empresa, beneficiando así a la comunidad tacneña y sus clientes internos y externos, desempeñando así la función que cumple cada uno de nuestros trabajadores en cuanto a la atención al cliente, viendo siempre su modelo de calidad de atención al cliente en función también a nuestro análisis crítico

2.1 Calidad de Atención al Cliente:

El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento importante e imprescindible para la existencia de una empresa que esta bien estructurada y conformada, también constituye un centro de interés que es necesario para la clave del éxito o fracaso de una empresa.

2.2 Conceptualización de Calidad de Atención al Cliente:

Según Berry (1994) expresa que:

La filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios post – venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente.

Por lo tanto, la calidad del servicio ofrecido es la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos y/o percepciones que tiene sobre la manera en como se le ofrece un servicio con calidad y sobre todo brindar una atención al gusto del cliente.

En este caso, un servicio de calidad no es ajustarse a las especificaciones, -como a veces se le define- sino, más bien, ajustarse a las especificaciones del cliente. Hay una gran diferencia entre la primera y la segunda perspectiva, las organizaciones de servicio que se

equivocan con los clientes, independientemente de lo bien que lo realicen, no están dando un servicio de calidad.

Por último, la calidad de servicio es el gran diferenciador entre estas dos perspectivas donde ésta atrae y mantiene la atención a nuestros potenciales clientes, si es buena, gana clientes y nuevas oportunidades de hacerse más conocido y si es pobre, pierde clientes y baja reputación.

Según Colunga (1995):

El término "calidad" señala "un conjunto de características de una persona o de una cosa". Sin embargo, los sistemas administrativos actuales han utilizado tanto el concepto "calidad", que lo han evolucionado hasta llevar su significado mucho más allá de las definiciones originales que ofrecen los diccionarios.

Ante tal aseveración, es oportuno remontarse un poco a la historia. La aparición de las comunidades humanas generó el antiguo mercado entre el productor y el cliente. Aún no existían especificaciones. Los problemas de calidad podían resolverse con relativa facilidad puesto que el fabricante, el comprador y las mercancías estaban presentes simultáneamente. El comprador podía determinar en qué grado el producto o servicio satisfacía sus necesidades.

En la medida en que se desarrolla el comercio y se amplían los mercados, el productor deja de tener contacto directo con el cliente. La relación comercial se da a través de cadenas de distribución, haciendo necesario el uso de especificaciones definidas,

garantías, muestras, etc., que tengan un papel equivalente a la antigua reunión entre el fabricante y el usuario.

2.3 Componentes de Calidad de Atención al Cliente:

No solo es necesario que sepamos qué servicio le vamos a ofrecer a nuestros clientes, calidad y atención sino también buscar una mejor forma de ofrecerlos a través de un servicio de calidad basado en los componentes de la calidad de atención al cliente para obtener la máxima satisfacción en la experiencia del cliente.

Tabla No. 01: Componentes de Calidad de Atención al Cliente Según Carlos López

Componentes	
<p>1. Seguridad: sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.</p>	<p>6. Cortesía: Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.</p>
<p>2. Credibilidad: va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos.</p>	<p>7. Profesionalismo: posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización.</p>

<p>3. Comunicación: se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender,</p>	<p>8. Capacidad de respuesta: disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno</p>
<p>4. Comprensión del cliente: no se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.</p>	<p>9. Fiabilidad: es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable,</p>
<p>5. Accesibilidad: para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos</p>	<p>10. Elementos intangibles: se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.</p>

Fuente: López (2001, mayo 18).

2.4 Modelos de Calidad de Atención al Cliente:

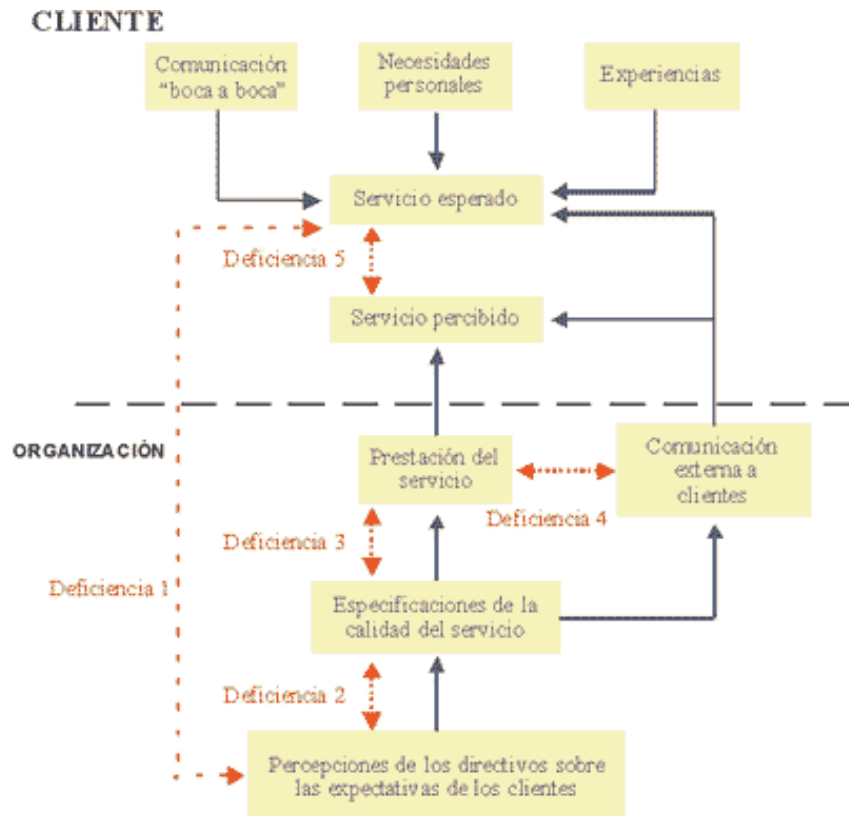
2.4.1 Modelo Servqual:

El modelo servqual de la calidad de servicio fue planteado por Zeithaml, Parasuraman y Berry cuyo objetivo es mejorar la calidad de servicio por una organización. Utilizando un cuestionario que evalúa la calidad de servicio a través de 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

El modelo Servqual está constituido por una escala de respuesta que esta diseñada para poder entender cuáles son las expectativas de nuestros clientes respecto al servicio ofrecido. También permite calificar, es un instrumento de mejora y sirve de comparación con otras organizaciones.

Este modelo es el más usado por empresas para un mejor rendimiento ya que mide lo que el cliente espera de una organización que brinda el servicio en las cinco dimensiones, resaltando estas medidas que son muy importantes con respecto a la estimación que el cliente espera de ese servicio aplicando estas cinco dimensiones.

Figura 2: Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio



Fuente: Aiteco (1993)

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio se ha basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

1. Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes.
2. Señala ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios:

- Comunicación “boca a boca”, u opiniones y recomendaciones de amigos y familiares sobre el servicio.
 - Necesidades personales.
 - Experiencias con el servicio que el usuario haya tenido previamente.
 - Comunicaciones externas, que la propia institución realice sobre las prestaciones de su servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.
3. Identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

Las dimensiones del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio pueden ser definidas del siguiente modo:

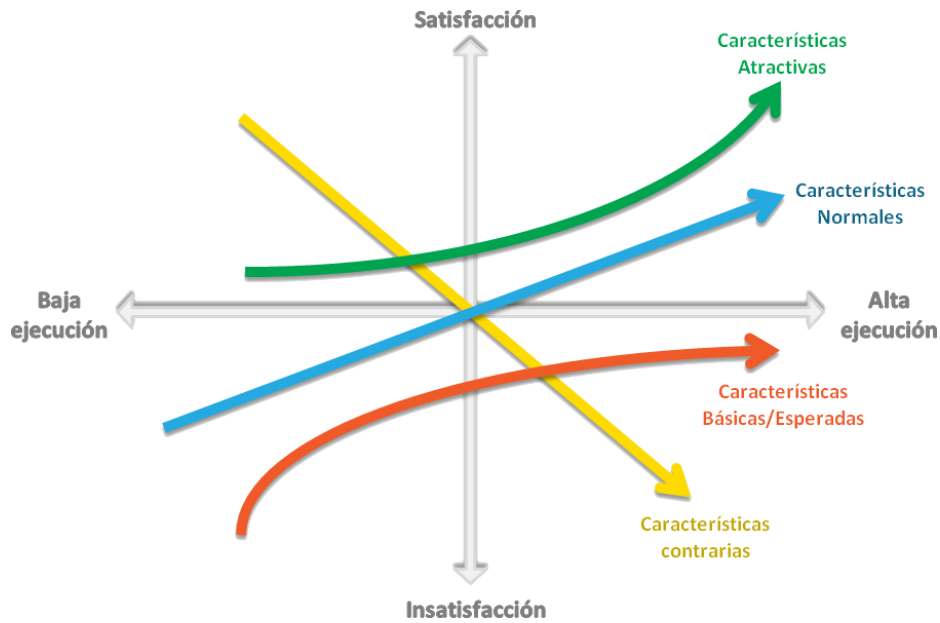
Tabla nro. 2: Dimensiones del Modelo Servqual

Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.
Capacidad de Respuesta	Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
Seguridad	Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

2.4.2 Modelo Kano:

Figura nro. 03: Análisis de Kano - Desarrollo del Producto



Fuente: kano (1980)

El Modelo Kano es una teoría de desarrollo de productos y de la satisfacción del cliente desarrollada en la década de 1980 por el profesor Noriaki Kano, que clasifica a las preferencias del cliente en las siguientes cinco categorías propuestas por Noriaki Kano:

2.4.2.1 Calidad atractiva:

Este tipo de calidad proporciona satisfacción cuando se logra plenamente, pero no causan insatisfacción cuando no se logran. Dado que este tipo de calidad deleita a los clientes de forma inesperada, mayormente suelen ser no mencionados.

2.4.2.2 Calidad unidimensional:

Este tipo de calidad es el resultado de la satisfacción cuando se cumplen e insatisfacción cuando no se cumplen. Estos son los atributos que se mencionan y por los cuales las empresas compiten.

2.4.2.3 Calidad Requerida:

Este tipo de calidad se da por sentada cuando se cumple, pero da lugar a la insatisfacción cuando no se cumple. Los clientes esperan que estos atributos y los básicos, vayan a decirle a la empresa acerca de ellos cuando se les pregunta acerca de los atributos de calidad.

2.4.2.4 Calidad Indiferente:

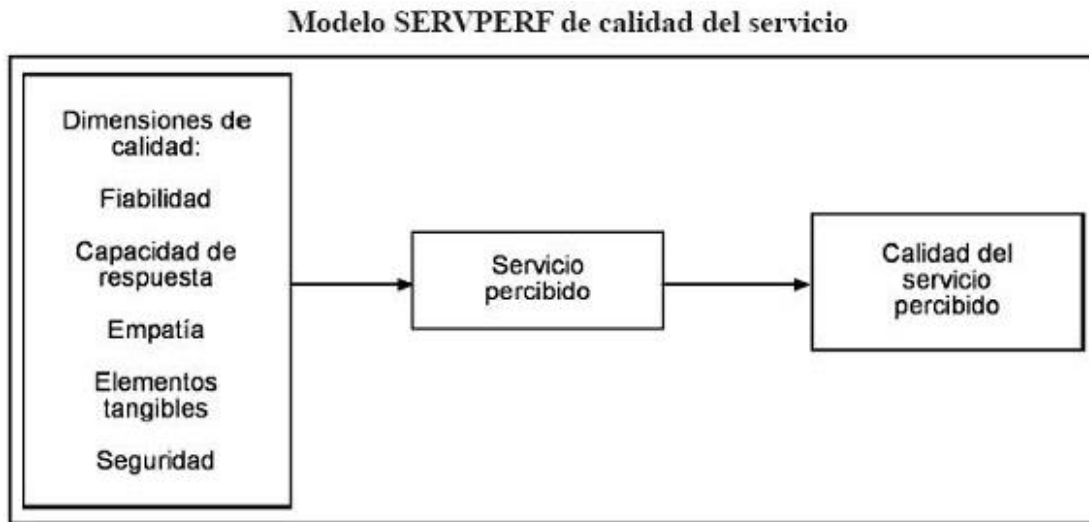
Este tipo de calidad se refiere a aspectos que no son ni buenos ni malos, y no resultan ni en satisfacción del cliente o la insatisfacción del cliente.

2.4.2.5 Calidad inversa:

Este tipo de calidad se refiere a un alto grado de rendimiento que resulta en la insatisfacción y al hecho de que no todos los clientes son iguales. Por ejemplo, algunos clientes prefieren los productos de alta tecnología, mientras que otros prefieren el modelo básico de un producto.

2.4.3 Modelo Servperf:

Figura nro. 04: Modelo Servperf de Calidad de Servicio



Fuente: parasuraman (1985 y 1993) y cronin y Taylor (1992 y 1994)

SERVPERF debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (para la medida de la calidad de servicio). También se compone de los mismos ítems y dimensiones que el modelo SERVQUAL, lo único que lo hace diferente es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes.

El modelo SERVPERF fue planteado por Cronin y Taylor quienes mediante estudios empíricos que fueron realizados mediante organizaciones de servicios, lo cual llegaron a la conclusión de que este modelo SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman y Berry no era el adecuado para identificar la calidad del servicio al cliente

Por lo tanto esta escala se fundamenta exclusivamente en percepciones, eliminando así ciertas expectativas y también disminuyendo casi a la mitad las preguntas formuladas.

2.5 Análisis crítico:

La imprenta concepto E.I.R.L es una empresa efectiva con una capacidad general que tiene una gran preferencia por los clientes que buscan nuestro servicio por el buen trato que ofrecemos además de brindar diseños gráficos a nuestras demanda de clientes que optan por nuestra empresa concepto E.I.R.L. evadiendo cualquier problema o inconvenientes a nuestros clientes de manera efectiva

Recordemos que la empresa concepto E.I.R.L trabaja en unión e integración con todo su personal ya que mantiene un buen clima laboral, trabajando en equipo, que es uno de sus valores con el único fin de cumplir con los objetivos y metas de dicha empresa. Ayudando a consolidar el manejo laboral y beneficiando tanto a los clientes internos como externos.

Destacando que en la empresa concepto E.I.R.L, existe cuatro especialistas de alta experiencia laboral y técnica como consultoría editorial, pre impresión, impresión offset e impresión digital haciendo que estos generen un gran aporte y una ayuda en la imprenta concepto E.I.R.L.

Evidenciamos que toda empresa es exitosa siempre y cuando tenga claro sus objetivos en

base a una administración estratégica, es posible que al pasar los años esta empresa siga consolidándose cada vez mas aplicando un modelo de servicio de calidad que la ayude a crecer cada año.

CAPITULO III: MARCO REFERENCIAL

Breve historia – descripción de la empresa – la organización y sus componentes - misión – visión – compromiso – análisis externo e interno – análisis foda – productos o servicios que ofrece la empresa – análisis crítico.

3. Introducción del Marco Referencial

En este presente capítulo, describiremos acerca del marco referencial, contando aquí los inicios de la empresa Conceptos EIRL como se inició en el rubro de las empresas de imprenta, que tuvo que hacer para permanecer en el mercado de las imprentas, gráficos, etc.

Inicios como cuando un emprendedor, Andrés Maquera quien gracias a su talento incursionando en el rubro de imprentas e ilustraciones graficas de imprentas. Empezando con algunos de sus familiares, al inicio no le fue nada fácil a esta imprenta que cuenta con tan solo 5 años en el mercado tacneño.

Presentando también la misión y visión que tiene la imprenta, que son la fuente de desarrollo e inspiración para el alcance de las estrategias y alternativas de solución que en base a ello se ejecutara los objetivos, contando siempre con valores y principios.

Después tenemos el análisis externo e interno que nos ayudara a mejorar en cuanto a nuestros objetivos para luego dar el análisis crítico, no olvidando nuestro análisis Foda, captando así lo más representativo de la empresa Conceptos EIRL, la cual nos ayudara para tener estrategias con visión al crecimiento económico de concepto EIRL.

3.1 Breve Historia:

Se inició en agosto del año 2010 en la ciudad de Tacna, por el emprendimiento y ahora propietario Andrés Maquera, quien gracias a su talento en la ejecución de imprentas graficas fue con el tiempo introduciéndose en el rubro de imprentas y que poco después fue contando con personal de alto rendimiento técnico y experiencia en el rubro de imprentas, creándose como una sociedad E.I.R.L, con fines de lucro teniendo una amplia variedad en sus servicios de imprentas.

Iniciándose como una empresa pequeña pero sólida en principios y valores, destacando el compromiso el apoyo en equipo y la responsabilidad , con eficacia resaltando siempre el apoyo familiar de la familia Maquera, que fue desde sus inicios el apoyo central de la empresa concepto E.I.R.L .

Empezando como toda empresa familiar, con el apoyo de familiares, a sus inicios fue desarrollada y empezaron en el local de unos amigos, así se inició hoy en día, la empresa cuenta con un local ya consolidado que busca el respaldo de la población tacneña y que hoy en día al pasar los años cuenta con un local propio que esta ubicada en la Calle. 02 de Mayo Nro. 837 Int. 2-a Galería Copaja (Altura de Tacna Centro)

Además de trabajos por pedido , esta empresa aun joven fue aceptada por la población tacneña ya que hoy en día al tener clientes ya confiables además de tener clientes chilenos y se esperó , que siga en aumento de ventas y tener otro local donde poder atender a la gran demanda de clientes que en su mayoría son

comerciantes y emprendedores quienes son los que día a día llegan , contando con las fechas festivas se espera aun ser aún más consolidada y conocida mediante su buena atención e innova en su variación de servicios .

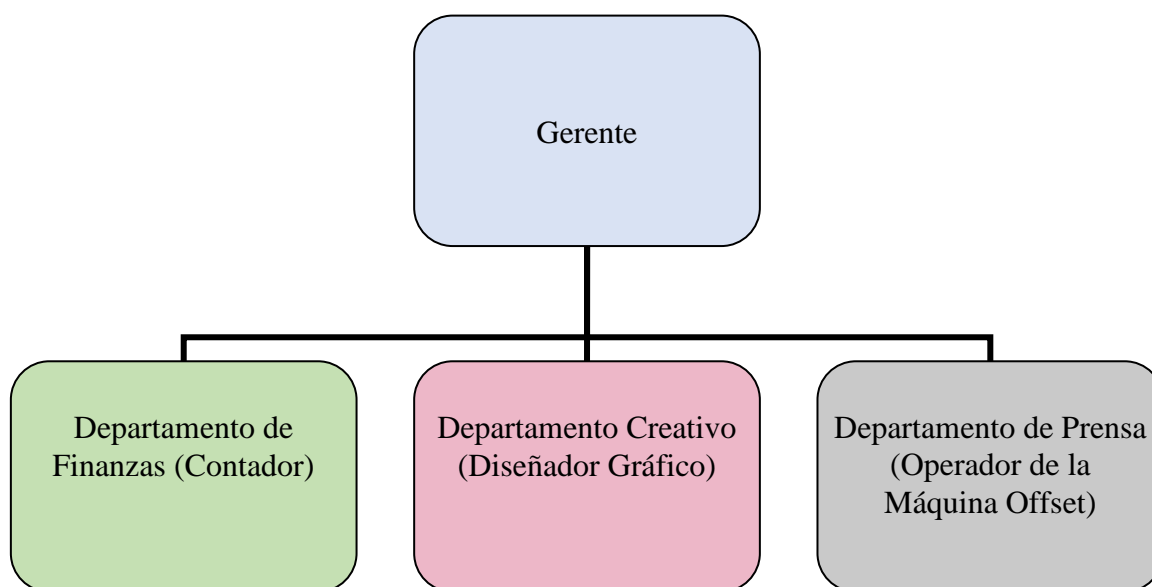
3.2 Descripción de la Empresa:

Se encuentra registrada en sunat con ruc: 20600295145 es una empresa individual de responsabilidad limitada, localizada en Tacna con la actividad de impresión con diversos servicios en el desarrollo de imprentas a portafolio y acorde a cada exigencia de los clientes, el local es alquilado, pero se espera tener un local propio, contamos con 10 trabajadores capacitados en el desarrollo de imprentas aunque hay posibles ideas de que nos puedan invertir se espera hacer una sociedad.

Esta empresa tienes 2 años de creación por lo tanto es aun nueva en el mercado pero sin embargo es muy conocida por la creciente demanda la cual se espera que para el año 2016 aperturar otro local comercial y así seguir brindando una buena atención al cliente.

3.3 La Organización y sus Componentes:

Figura nro. 1: Organización y Componentes



Elaboración Propia (2015)

3.3.1 Gerente:

El gerente de la imprenta es quien asume la responsabilidad de impulsar a sus trabajadores y de facilitarles el camino hacia el éxito con las personas que viene a comprar nuestros servicios para ello el gerente deberá contar con algunas funciones.

3.3.1.1 Funciones:

- Tener conocimientos sobre el área de diseño.
- Tener la capacidad de gestión del personal.
- Tener un buen trato con sus trabajadores.
- Ser hábil para tomar una o varias decisiones.
- Propiciar el incremento en las ventas, el compromiso de sus trabajadores, la satisfacción del cliente y la innovación.
- Debe de tener claro cuáles son sus objetivos.

3.3.2 Departamento Creativo (Diseñador Gráfico):

El diseñador gráfico será el encargado del diseño y creación de los trabajos para entregar a los clientes, traduciendo lo que se quiere expresar al cliente en palabras, imágenes, colores, etc. El creativo o diseñador gráfico estará sujeto a diseñar modelos tales como:

- Tarjetas de presentaciones
- Afiches
- Trípticos
- Folletos
- Revistas
- Etiquetas de diferentes productos
- Cajas o troqueles

- Facturas
- Proformas
- Logotipos
- Etc.

3.3.2.1 Funciones:

- Proponer las diferentes ideas de innovación para la imagen de la organización.
- Disponer de la información adecuada para la elaboración de cualquier proceso de la organización.
- Evaluar sus procesos para la estructuración de los diferentes procesos establecidos para las actividades a realizar.
- Generar de forma oportuna y correcta la información de soporte para las propuestas.
- Realizar un informe semanal de las actividades realizadas

3.3.3 Departamento de Prensa (Operador de la Máquina Offset):

El prensista es el responsable de la máquina de impresión y de imprimir todos aquellos trabajos, también registra y selecciona los pantones de cada color de impresión y mezcla los colores adecuados para que no se desperdicie el material restante.

3.3.3.1 Funciones:

- Preparar el área de trabajo, encendido de la máquina, revisar el agua y la tinta
- Operar máquina de impresión offset
- Determinar y ajustar los elementos de proceso de impresión offset
- Realizar la impresión offset
- Preparar las materias primas y productos intermedios para la impresión
- Operar en el proceso gráfico en condiciones de seguridad, calidad y productividad

3.4 Misión:

“Producir calidad, con excelente servicio y buen trato al cliente en impresiones graficas a bajo costo, con una mejor infraestructura e impresoras modernas, aumentando así nuestro volumen de producción y generando rentabilidad para la empresa.”

3.5 Visión:

“Ser reconocidos como una empresa líder en la elaboración de imprentas graficas de la mano con un excelente servicio que nos caracteriza, posicionándonos en el primer lugar a nivel nacional con una excelente atención de calidad al cliente y alto prestigio.”

3.6 Compromiso:

Dar satisfacción y mejora en la atención al cliente por nuestra empresa conceptos E.I.R.L además de presentar innova en la variedad de nuestros servicios acorde a la exigencia dada por la población tacneña, y también implementando en el equipamiento de nuestros equipos para asegurar la confianza total en el servicio dado por nosotros.

3.7 Análisis Externo e Interno:

3.7.1 Análisis Interno:

Contamos con 10 trabajadores debidamente capacitados en la implementación y accionar en nuestra empresa concepto para dar servicio personalizado para garantizar nuestra calidad en nuestros distintos servicios e impresiones graficas gracias a su función de cada uno de ellos.

3.7.2 Análisis Externo:

Contamos con variedades de competencia y una destacada que es reinoso Tacna pero a diferencia de nuestros competidores nosotros tenemos el servicio de delivery y sitio web la cual nos garantiza ejecutar todas las dudas de nuestros clientes y clientes potenciales.

3.8 Análisis Foda:

Figura nro. 05: Análisis Foda

<u>Fortalezas:</u> <ul style="list-style-type: none">✓ variedades de productos y servicios✓ mejor ambiente para el servicio de imprenta✓ materiales con calidad e innovación✓ maquinarias modernas	<u>Oportunidades:</u> <ul style="list-style-type: none">✓ nuevos inversionistas en la empresa✓ bajo rendimiento de la competencia✓ convenio con otras empresas✓ interés por parte de las personas
<u>Debilidades:</u> <ul style="list-style-type: none">✓ errores en las impresiones✓ transporte costoso✓ mal funcionamiento de las maquinarias✓ personal no capacitado✓ falta de compromiso de los trabajadores	<u>Amenazas:</u> <ul style="list-style-type: none">✓ incremento de materia prima✓ robo de bienes de la empresa✓ escasa producción de recursos✓ competencia con mejor maquinaria y tecnología✓ incremento de impuestos

Elaboración propia (2015)

3.9 Productos o Servicios que Ofrece la Empresa:

- Tarjetas de presentaciones
- Afiches
- Trípticos
- Folletos

- Revistas
- Etiquetas de diferentes productos
- Cajas o troqueles
- Facturas
- Proformas
- Logotipos
- Etc.

3.10 Análisis Crítico:

En este capítulo hemos propuesto soluciones además de los objetivos planteados por la empresa desde una breve historia hasta como se ha desempeñado en este proyecto para dar una solución a la atención al cliente, analizando nuestras fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades.

También brindando un alto compromiso con nuestros clientes a través de nuestra visión, misión y valores que nos ayudara a cumplir nuestras metas y objetivos a largo y corto plazo logrando que la empresa tenga claro que es lo que quiere a futuro.

Para así poder establecernos como una empresa competitiva en el mercado tacneño y peruano brindando una excelente calidad de atención al cliente y a nuestros potenciales clientes desde comienzos de la imprenta donde recién se consolidaba como empresa hasta ahora en la actualidad.

CAPITULO IV: PROPUESTA DE MEJORA

Propuesta de Mejora de la Calidad de Atención al Cliente.

Identificación del área o variable a mejorar – Diagnostico – Encuesta - Entrevista -
Observación - Diagrama de Flujo - Definición de Propuestas - Estrategias - Actividades
- Tareas -Responsables - Costos u otro - Definición de Mecanismos de Control

4. Introducción de la Propuesta de Mejora

En el presente capítulo de la propuesta de mejora de la imprenta concepto E.I.R.L diseñaremos indicadores que controlen la ejecución de las actividades del proyecto llevado a cabo para que nos ayuden a saber cuáles son nuestros resultados, basándonos en este procedimiento.

Nos basaremos en la propuesta de mejora que estará compuesta por una serie de actividades que va desde los productos de materiales necesarios para poder entregar nuestros servicios a nuestros clientes finales hasta la elaboración, diseño y respaldo de nuestros clientes potenciales.

También plantearemos encuestas para saber si nuestros clientes están a gusto con el servicio que le ofrecemos dentro y fuera de la imprenta, dando una pequeña observación sobre la compra de las impresoras de nuevos materiales que nos ayuden a obtener un mejor beneficio.

Para ello realizaremos una lista sobre los costos y gastos que genera la empresa concepto haciendo que la empresa pueda reducir sus gastos y maximizar sus utilidades, diseñando indicadores que nos ayuden a organizar nuestros servicios en equipo y brindando una mejor solución.

PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE

4.1 Una Propuesta de Mejora:

Esta propuesta está integrada por actividades que van desde que existe un requerimiento de compra a nuestros proveedores hasta la entrega del producto o servicio al cliente final con la única intención de que se sienta satisfecho, a continuación se muestra gráficamente:

Figura nro. 6: Propuesta de Mejora



Elaboración Propia (2015)

4.2 Identificación del Área Variable a Mejorar:

El área en la que nosotros nos estamos enfocando es la de atención al cliente de la imprenta “editores gráficos concepto E.I.R.L” para así poder conocer cómo se está brindando el servicio a nuestros clientes potenciales y que medidas de debemos de tomar para mejorar el área plantada a través de estrategias y alternativas de solución.

4.3 Diagnóstico:

Para poder realizar el diagnóstico y determinar la atención aplicaremos encuestas entre los distintos clientes con el fin de poder conocer el grado de satisfacción respecto al servicio brindado a través de un cuestionario con preguntas enfocadas en la atención, calidad de servicio y satisfacción, que serán completadas por 10 clientes escogidos aleatoriamente.

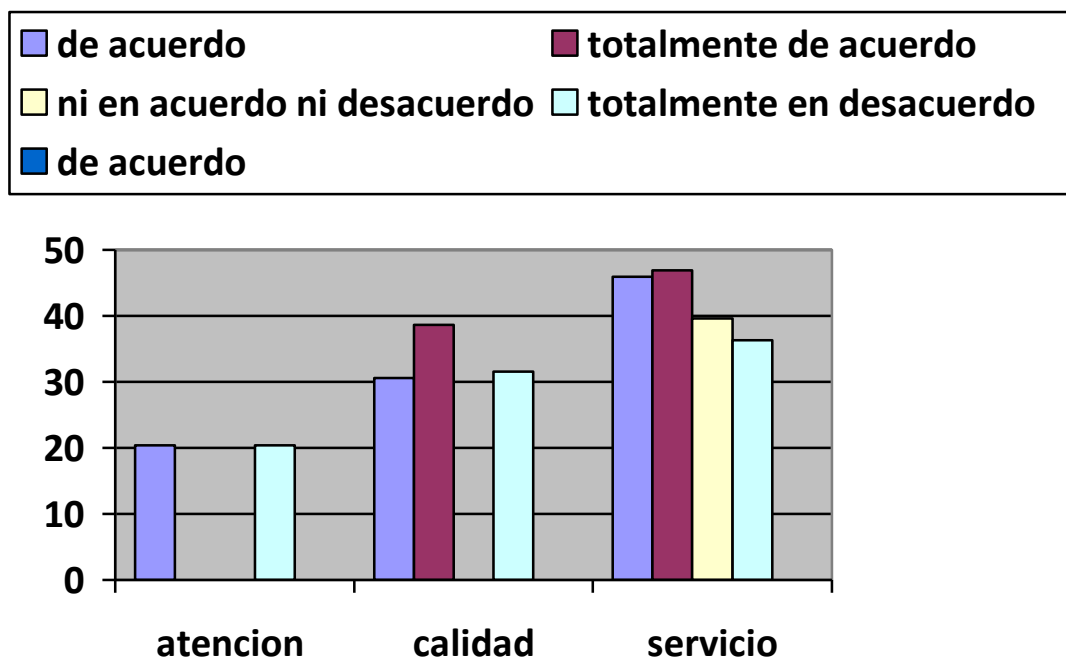
Luego de aplicar el trabajo de campo procederemos a analizar e interpretar los resultados a través de distintos software como Excel, SPSS, con el fin de poder visualizar los resultados en gráficos para así posteriormente interpretarlas.

4.3.1 Encuesta:

A continuación se presenta la relación de cada indicador de la variable con sus respectivas preguntas:

- **cuadros y gráficos :**

FIGURA NRO. 7: SE SIENTE SATISFECHO CON LOS SERVICIOS QUE BRINDA LA IMPRENTA

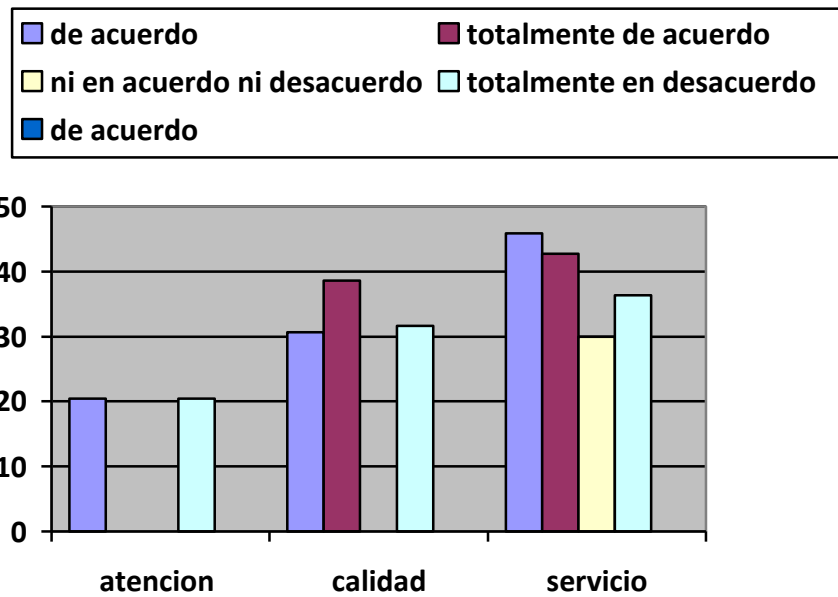


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

Un 45% de encuestados afirman estar de acuerdo, mientras un 47% afirma estar totalmente de acuerdo y un 40% responden estar ni en acuerdo ni desacuerdo con el apoyo brindado por el personal.

Figura nro. 8: LA IMPRENTA EN GENERAL SE MUESTRA LIMPIA Y ORDENADA

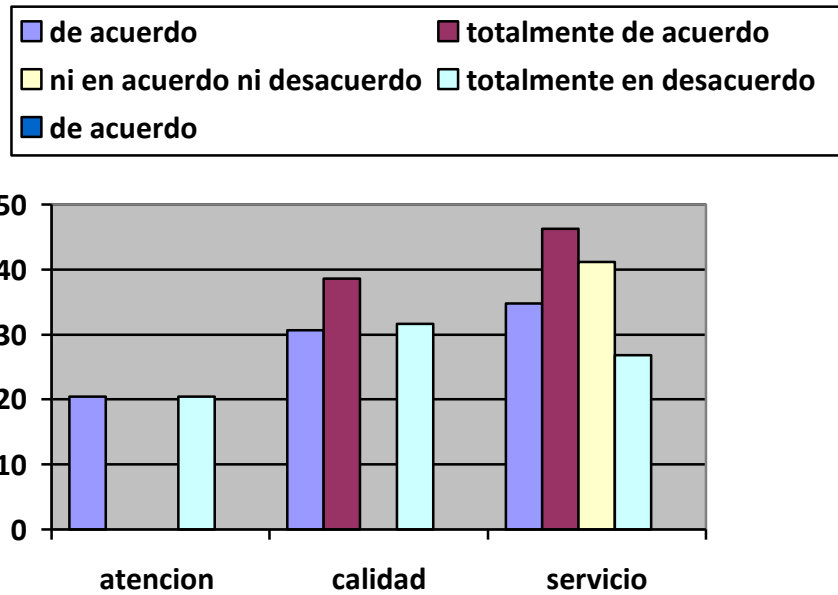


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

Un 46% de encuestados afirman estar de acuerdo, mientras un 42% considera estar totalmente de acuerdo y un 30% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo con la limpieza y orden que muestra la imprenta.

Figura nro. 9: LAS IMPRESORAS DE CONCEPTOS SON DE CALIDAD Y MARCAS CONFIABLES

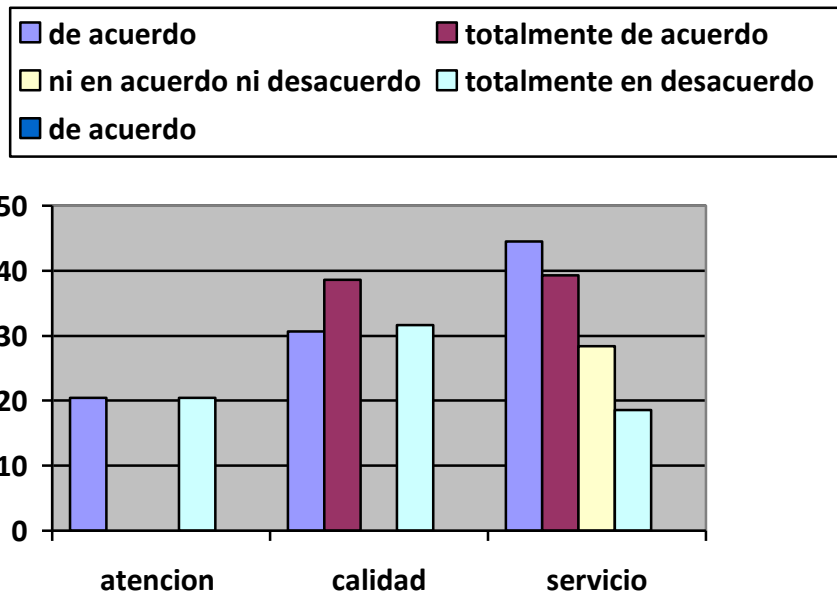


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

Un 47% de encuestados afirman estar totalmente de acuerdo, mientras un 35% considera estar de acuerdo y un 41% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en que las impresoras son de calidad y marcas confiables.

Figura nro. 10: EL PERSONAL DESEMPEÑA CORRECTAMENTE SU FUNCION

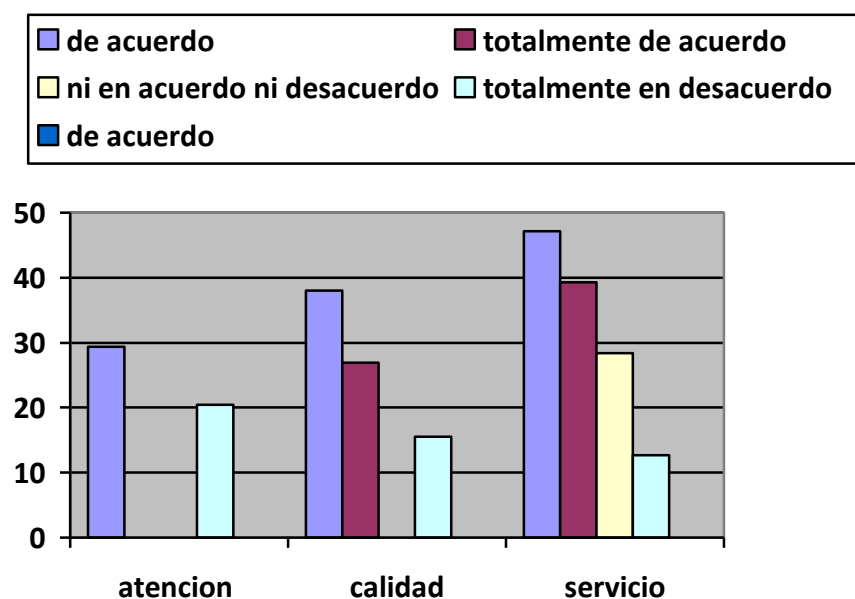


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

El 48% de los encuestados afirman estar de acuerdo, mientras un 39% considera estar totalmente de acuerdo y un 28% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en que el personal desempeña correctamente su función.

Figura nro. 11: ESTA DE ACUERDO CON LA ATENCION QUE BRINDA LA IMPRENTA CONCEPTO

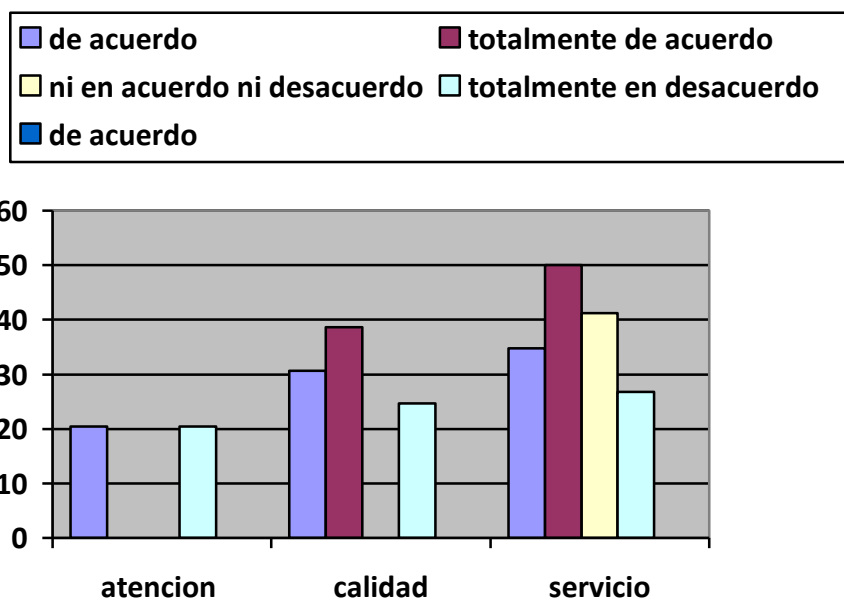


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

El 44% de los encuestados afirman estar de acuerdo, mientras un 39% considera estar totalmente de acuerdo y un 28% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en q la atención que brinda la imprenta concepto.

Figura nro. 12: LA EMPRESA CONCEPTO MANEJA UNA ESTABILIDAD EN SU AMBIENTE LABORAL

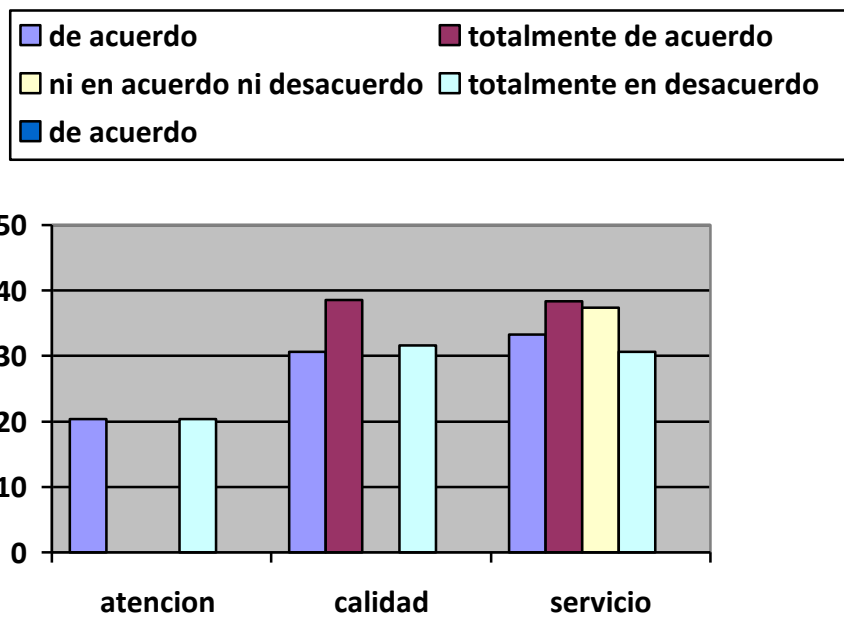


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

El 34% de los encuestados afirman estar de acuerdo, mientras un 50% considera estar totalmente de acuerdo y un 41% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en que la empresa maneja una estabilidad en su ambiente laboral.

Figura nro. 13: LOS TRABAJOS DE IMPRENTA QUE SOLICITA LOS CLIENTES SON LOS ADECUADOS

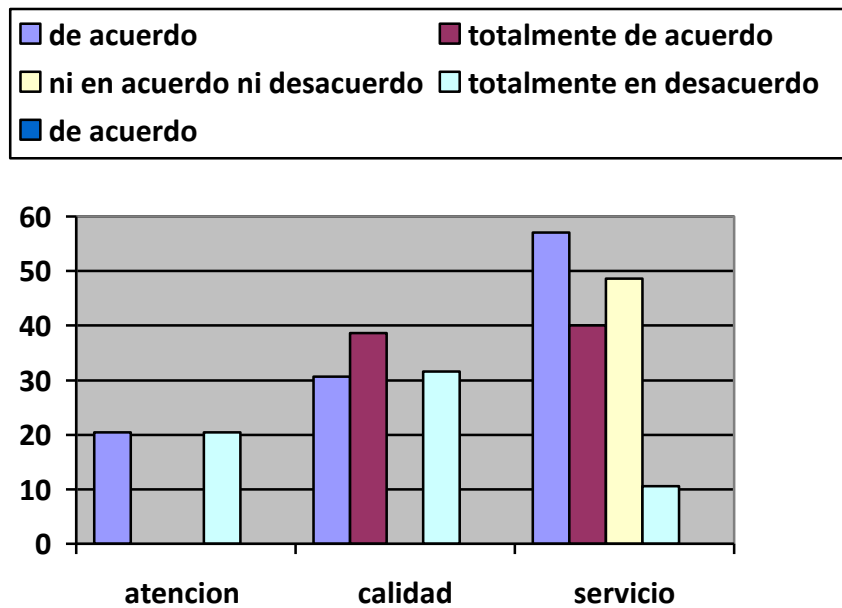


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

El 38 % de los encuestados afirman estar totalmente de acuerdo, mientras un 33% considera estar de acuerdo y un 37 % responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en Los trabajos de imprenta que solicita los clientes son los adecuados.

Figura nro.14: COMO CALIFICA EL SERVICIO DE LAS IMPRENTAS DE LA IMPRENTA CONCEPTO EN LA CIUDAD DE TACNA

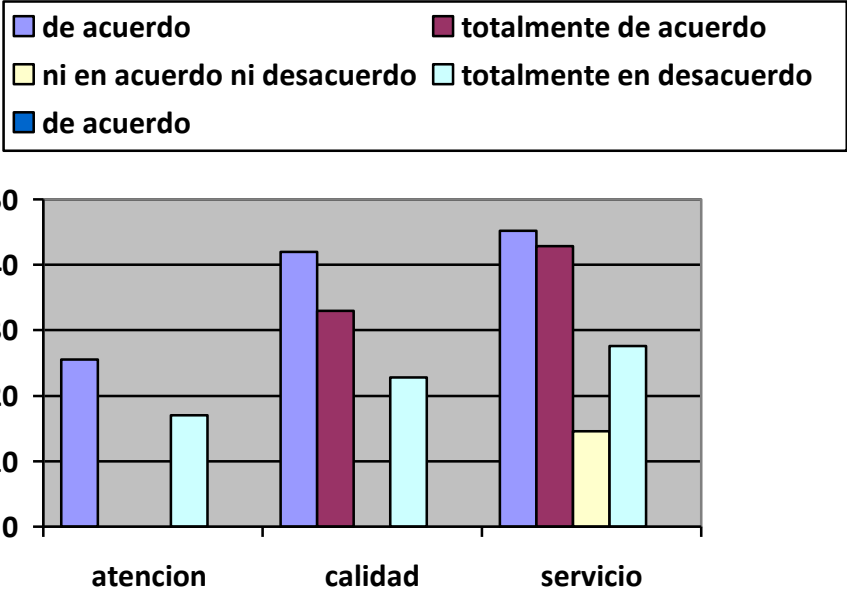


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

El 58% de los encuestados afirman estar de acuerdo, mientras un 40% considera estar totalmente de acuerdo y un 48% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en El servicio de las imprentas de la imprenta concepto en la ciudad de Tacna.

Figura nro. 15: CONSIDERA QUE EL TRABAJO DE IMPRESION QUE USTED REQUIERE TIENE UN VALOR JUSTO

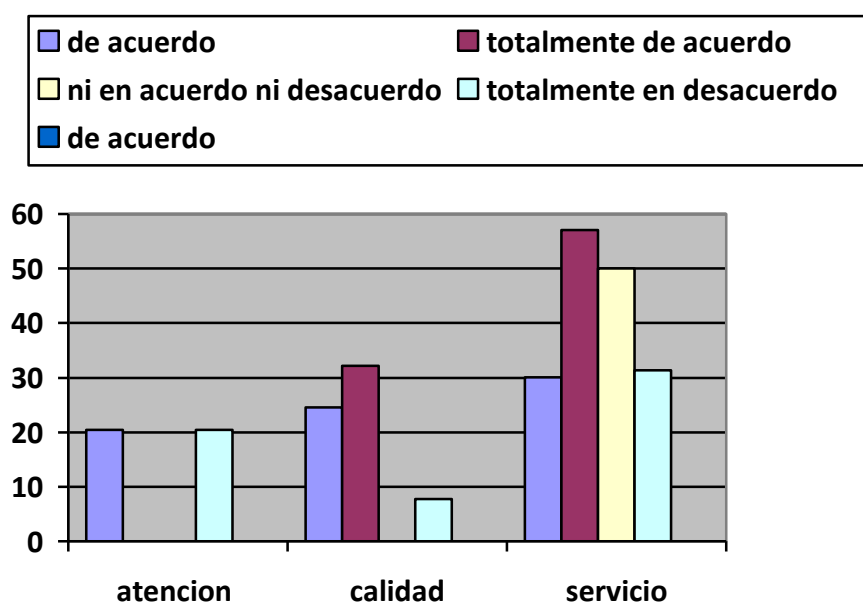


Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

El 45% de los encuestados afirman estar de acuerdo, mientras un 43% considera estar totalmente de acuerdo y un 15% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en Que el trabajo de impresión que usted requiere tiene un valor justo.

Figura nro. 16: DESEARIA USTED QUE LA IMPRENTA PRESTE SUS SERVICIO A DOMICILIO PARA ENTREGA Y RECEPCION DE SUS TRABAJOS



Elaboración Propia (2015)

INTERPRETACION:

El 58% de los encuestados afirman estar totalmente de acuerdo, mientras un 30% considera estar de acuerdo y un 50% responde estar ni en acuerdo ni desacuerdo en que la imprenta preste sus servicios a domicilio para entrega y recepción de sus trabajos.

4.3.2 Entrevista:

No me gusta mucho leer pero me preguntaba hace tiempo cómo se elaboran los diseños e impresiones, les hemos pedido al dueño de la imprenta si nos dejará hacerle una entrevista para que el nos lo enseñen en su imprenta, en la imprenta concepto E.I.R.L.

- **ENTREVISTADOR:**

Paola Alejandra huesa mamani

PREGUNTAS:

➤ **¿Cómo se llama tu oficio?**

Mi oficio se llama impresor

➤ **¿Qué es lo que haces en tu trabajo exactamente?**

Hacemos impresiones diseños publicidad, afiches, trípticos, revistas..., todo lo que se pueda imprimir en papel. Siempre en papel. Todo esto para que beneficie a la empresa en cuanto lo que es costo y utilidad obteniendo así el prestigio de nuestros clientes potenciales.

➤ **¿Qué diferencia a concepto de otras imprentas?**

Como imprenta nosotros somos tratado de mejorar pero sin dejar de lado otras maneras de impresión , lo que como empresa nos permite elaborar trabajos mejores y mejor elaborados .somos la única imprenta que se especializa en imprimir tarjetas de presentaciones modernas en Tacna .

Creemos que somos una buena alternativa confiable en elaborar en la ciudad de Tacna ofreciendo mejores materiales y servicios, también para que nos permita tener una mejor economía, ahorrar y ofrecer así una mejor calidad de servicio que otras imprentas.

➤ **¿Qué diferencia Concepto de otras imprentas via web?**

En concepto nosotros no usamos la definición de low cost. La estandarización que hay entre otras imprentas via web u online va directo al cliente, que se empeñado a imprimir mas papeles materiales de mala calidad o cosas que no viene al caso. En concepto queremos que las personas descubran una nueva manera de disfrutar un tipo de impresión que sea diferente con mejores diseños.

➤ **¿Qué tipo de productos podremos adquirir?**

En concepto tenemos lo que es la:

✓ **Impresión Tipográfica:**

Para imprimir estampados de libros

✓ **Impresión Offset:**

Permite obtener productos como tarjetas de presentación, volantes publicitarios y comprobantes de pago.

✓ Impresión Digital:

Impresión directa de un archivo digital a papel.

Todo esto para ofrecer una mejor impresión captando la atención del cliente con una mejor elaboración de materiales.

➤ **Cuando va a estar funcionando Concepto?**

La imprenta online estará funcionando a finales de diciembre en ella las personas van a poder adquirir todo tipo de materiales, respuestas, diseños y muchas cosas mas, para así responder a sus preguntas y trabajos que deseen que realicemos y poder estar funcionando unos meses antes de la fecha acordada de esta manera ofreceremos mejores precios y tener todo listo para que las impresoras funcionen correctamente.

➤ **Cuántas personas trabajan en la imprenta Concepto E.I.R.L?**

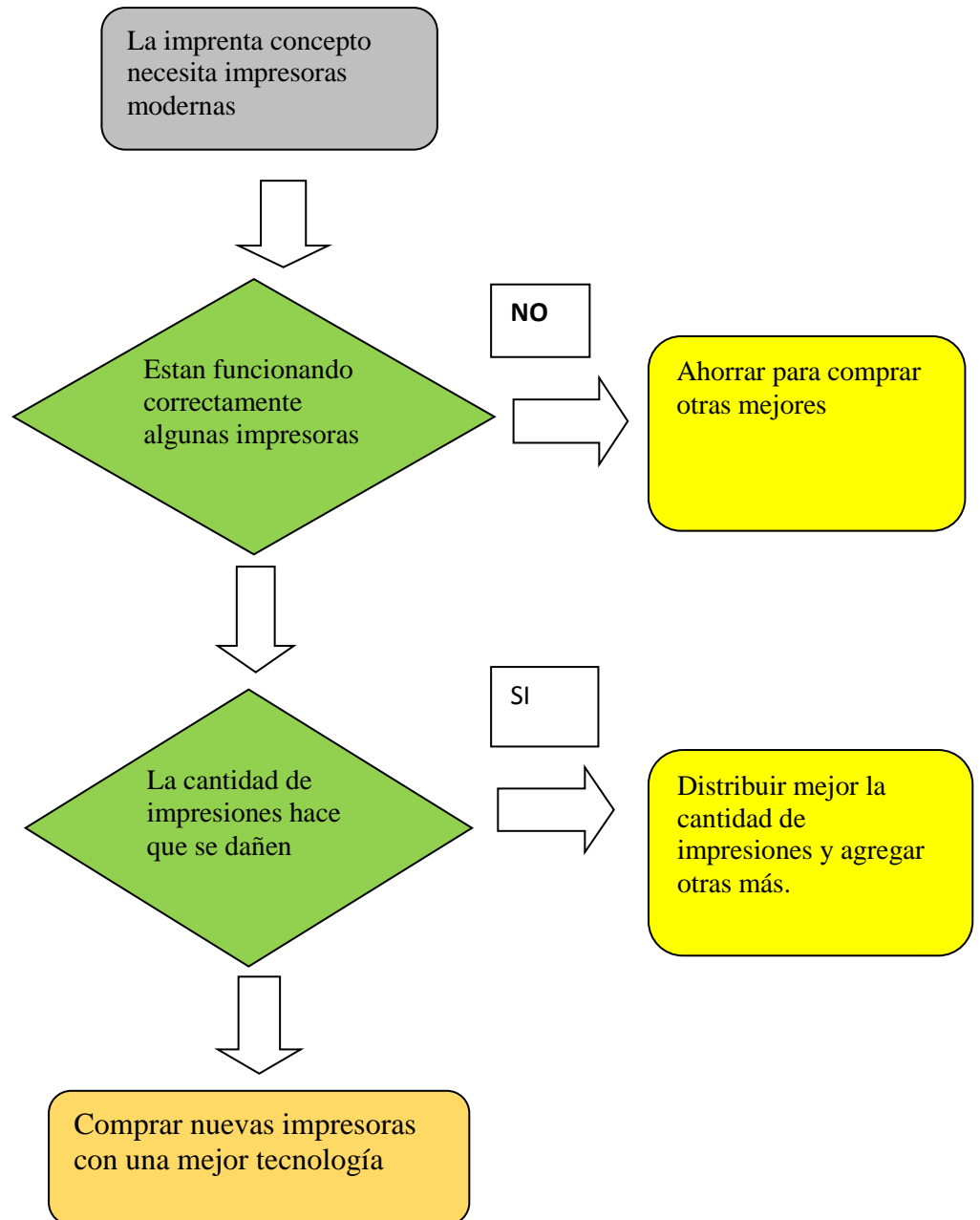
Actualmente contamos con departamento creativo (diseñador gráfico), un operador de maquina offset, una secretaria personal y personal de limpieza trabajando todo este tiempo pero a finales de diciembre eestoy pensando contratar otro diseñador con efectos artísticos.

4.3.3 Observación:

En el presente trabajo hemos observado que la imprenta busca desarrollar nuevas funciones mejorando la calidad de impresión y la buena atención al cliente con la compra de mejores impresoras a un menor costo para así poder ahorrar y utilizarlo en otros materiales que sirvan para obtener más diseños bonitos y agradables para nuestros clientes. También hemos observado que la imprenta a finales de diciembre contará con una página web donde las personas podrán hacer sus pedidos vía online para que se les facilite la manera de que se elaboren sus trabajos encomendados correctamente.

4.3.4 Diagrama de Flujo:

Figura nro. 17: DIAGRAMA DE FLUJO



Elaboración propia (2015)

4.4 Definición de Propuestas :

4.4.1 Planes de Acción :

Nuestro plan de acción será la implementación de nuevas impresoras con una mejor tecnología que brinde una mejor calidad, servicio y atención al cliente haciendo que los trabajos encargados por las personas sean los mejores en todo Tacna y que la imprenta sea reconocida por su alto prestigio también comprar nuevos materiales que nos sirvan para una mejor elaboración en las presentaciones de nuestros productos.

4.4.2 Estrategias:

Una de las estrategias que utilizaremos será aprovechar la ventaja que tenemos sobre las otras empresas en cuanto a los diseños, impresoras y preferencia de nuestro trabajos por los clientes también la creación de nuestra página web donde las personas harán sus pedidos vía online mas rápido y seguro y una mejor publicidad hacienda que las personas nos prefieran a nivel nacional y en otras ciudades.

4.4.3 Actividades:

Las actividades a realizar son las que se muestra a continuación:

Alzado de papel, plegado de blocs, sobres e impresos, alambrado de etiqueta, pegado de arandela, empaquetado y ensobrado. El trabajo se basara en las capacidades planteadas por nuestros clientes y en la gran demanda que hay. La estructura del siguiente trabajo a realizar puede ser que varíe de un día para otro según las exigencias de nuestros clientes, según el tipo de pedido que nos hagan ya sea personalmente o vía online.

4.4.4 Tareas:

La elaboración de la tarea se hace todos los días, otorgándole un trabajo específico a cada uno de los usuarios. Existen diversos trabajos que requieren la coordinación y el compromiso en equipo. Los usuarios se dividen en 2 áreas diferentes, primero un grupo de 4 personas que desarrollaran su trabajo en un lugar apropiado para dicha actividad a realizaren. Segundo otro grupo de 2 usuarios que realizan sus trabajos en el área de impresión y en el manejo de las impresiones.

La jornada laboral en la cual trabaja nuestro equipo va desde las 9:00 am hasta las 9:30 pm los horarios de trabajo se plantean de esta forma:

*- 09.30H. Repartición de trabajo

*- 10.00-10:40H. Refrigerio

*- 13.30H. Almuerzo. Los empleados se van a almorzar y el dueño almuerza en la imprenta.

*- 15.00-17.00H. Elaboración y entrega de pedidos

*- 18.30-20.00H.

*- 16.40H. Vuelta a casa en el transporte.

4.4.5 Costos y/u otros que se vea por conveniente:

Tabla nro.03: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS USADOS EN LA PRODUCCION		
activos fijos	costo	Vida útil
Vehículo	17.93	5 años
Offset chiff 17	35.86	8años
Cortador	12.55	6 años
Photopolymer	4.30	9 años
Perforadora	1075.72	4 años
Grapadora	21.51	7 años

Elaboracion Propia (2015)

➤ **Presupuestos de costo de materiales:**

Tabla nro. 4: Costo de Materiales

Materia prima	1er trimestre			2do trimestre			3er trimestre		
	Cantidad requerida	Precio unitario	Costo total m.p	Cantidad requerida	Precio unitario	Costo total m.p	Cantidad requerida	Precio unitario	Costo total m.p
Papel craf	1227	0.1	122.70	1223	0.1	122.3	1187	0.1	118.7
Papel copia	6134	0.01	61.34	6117	0.01	61.17	5933	0.01	59.33
Papel	6134	0.02	122.68	6117	0.02	122.34	5933	0.02	118.66

original									
Goma	244	0.25	61	245	0.25	61.25	237	0.25	59.25
Tinta	9102	0.4	3640.8	9847	0.4	3938.8	9988	0.4	3995.2
ecitim	12013	0.5	6006.5	13220	0.5	6610	13327	0.5	6663.5
Papel cuache	5167	0.01	51.67	5921	0.01	59.21	6055	0.01	60.55
			10066.69			10975.07			11075.19

4.5 Definición de mecanismos de control. (Construcción de indicadores):

Tabla nro. 5: Indicadores de la Atención al Cliente según Nicole Schmoll

Propuesta de mejora	Indicadores
Brindar una excelente atención de calidad para incrementar la satisfacción del cliente en la empresa.	1. Coordinar charlas, contratar a capacitadores profesionales para incentivar al personal a realizar con calidad su desempeño laboral.
	2. Brindarle acceso de información sobre los servicios realizados a través de catálogos, trípticos, trabajos de calidad bien hecho.
Lograr que la imprenta muestre un ambiente apropiado, limpio y ordenado a primera vista del cliente, logrando una buena impresión.	1. Crear un ambiente de recepción para la espera en la entrega del servicio final e implementar un espacio de descanso en una área limpia e higiénica.
	2. Realizar los cambios necesarios en la infraestructura de la imprenta para lograr una mejor área iluminada y una mejor visualización del cliente.
Prestar servicios a domicilio para la entrega y recepción de trabajos a través de servicio delivery	1. Adquirir uno o más vehículos que faciliten la entrega del trabajo encomendado hasta el lugar de encuentro con el cliente.
	2. Entregar el pedido rápido y seguro en la fecha indicada y en un lugar determinado.
	3. Comunicar al personal sobre los pedidos solicitados por nuestros clientes.
Mejorar la comunicación efectiva	1. Organizar al menos una reunión por semana

entre el personal para lograr un mejor trabajo en equipo.	para ponerme al día con los empleados y escuchar sus quejas y sugerencias.
	2 Organizar actividades fuera de la imprenta para que se genere más confianza y familiaridad entre el personal y el gerente, también con nuestros clientes.
Fortalecer las debilidades que pueda presentar la imprenta en cuanto a los cambios realizados.	3 Realizar un seguimiento de las capacidades de cada trabajador para que pueda adaptarse y lograr un mejor desempeño.
	2. Motivar al personal para que sean los primeros en realizar nuevas tareas exigidas por la empresa (seamos los primeros en hacerlo y lo haremos bien).
	3. Incentivar a los trabajadores a usar nuevas técnicas en sus labores diarias para que no se vean afectados por la rutina y el estrés.
Elaborar y aplicar plan de ventas y marketing.	1. Hacer una descripción detallada de la marca y del logotipo para aplicar una política de promoción.
	2. Contar con un buen plan de mercadeo detallado hasta convertirlo en un magnifico plan de venta.
	3. Aplicar nuestros servicios de atención a través de redes sociales como Facebook, YouTube, también paneles y afiches en las calles.

Fuente: Schmoll (1994)

CAPÍTULO V: SUGERENCIAS

Sugerencias - Conclusiones

3. Introducción de las Sugerencias

A continuación veremos cuáles son las sugerencias propuestas de acuerdo a nuestros objetivos planteados por la imprenta concepto E.I.R.L. con el fin de poder dar una solución, alternativa a los problemas que puedan haber dentro de la imprenta concepto E.I.R.L. es por ello que la imprenta buscara una mejor alternativa de superación de acuerdo a estos cuatro objetivos específicos gracias a las encuestas que se realizó a las personas.

Así mismo según las sugerencias buscaremos una respuesta de las personas que serían nuestros clientes para que ellos nos pueden brindar información acerca de cómo ve reflejado nuestro trabajo, por ende pediremos que nos den algunas soluciones que puedan servir a la imprenta concepto E.I.R.L.

Dando por terminado así el proyecto del diseño de propuesta de mejora en la calidad de atención al cliente planteado por la empresa “Editores Gráficos Concepto E.I.R.L” llegando a una conclusión en general sobre la propuesta que hemos formulado en este proyecto.

5.1 Sugerencias en concordancia con los objetivos:

En base al planteamiento concepto E.I.R.L se enfatiza en cuanto a sus objetivos para conocer el proceso que utiliza la imprenta concepto E.I.R.L en cuanto al proceso que utiliza esta imprenta, utilizando productos de calidad de acuerdo a su materia prima y su maquinaria debidamente instalada y actualizada para brindar confianza y rapidez a la hora de producción.

También buscara determinar cuál es la satisfacción del cliente, si está de acuerdo con los servicios que brinda la imprenta, respecto a la atención que ofrece la imprenta. Por lo tanto se debe tener en claro el control de sus equipos mediante las revisiones técnicas debidamente dichas por un profesional técnico para así evitar altos consumos de energía , beneficiándola la empresa a la hora de pago de sus cuentas , Además de mejorar en sus atención para hacerla más eficiente a la hora de sus pedidos .

Otro de los objetivos planteados por concepto E.I.R.L, es proponer soluciones, alternativas que nos ayuden a mejorar la calidad de atención al cliente en cuanto a las imprentas que se registra, es por ello que mediante su visión y misión. Es por ello que concepto debería no solo preocuparse en la atención al cliente, sino también en buscar indicadores que controlen la ejecución de las actividades del proceso en la zona interna, brindar un servicio postventa, eso sería lo ideal y le beneficiaría muchísimo a la hora de distinción con otras empresas.

Por lo tanto concepto, reconociendo ello, daría un cambio o descuento dándole así, al cliente satisfacción y confianza con la entrega de sus pedidos, eso le generaría un excelente boca a boca. Proponiendo no solo confianza sino economía, en sus productos,

una excelente idea que muchas empresas manejan a la hora de captar clientes es, con muchas promociones en la hora de fechas de temporada lo que les lleva al éxito en sus ventas.

Una mejor atención no lo es todo también garantía, y seguridad, una forma seria hacer convenios con una radio taxi, para hacer el servicio de entrega a sus domicilios o centros laborales, agilizando así los procesos de transporte para ellos y sus clientes, y así sería mucha más cotizada la empresa concepto muy distinta con otras, además de generar ventas, generaría rentabilidad y estabilidad económica a esta empresa y más en estos tiempos de declive económico

5.2 Conclusiones Finales (Sistematizado con los objetivos de la tesis):

Del análisis realizado en este estudio se concluye lo siguiente:

- ✚ Se propuso el diseño de propuesta de mejora basándonos en el planteamiento de Zeithaml, Berry y Parasuraman.
- ✚ La manera empírica que se realizan los procesos en la imprenta editores gráficos concepto E.I.R.L. redundante en una gestión inadecuada de sus procesos, al llevarse a cabo por sentido común y no contar con un sistema logístico con procesos establecidos, para optimizar el desempeño de la empresa.
- ✚ Mediante este estudio se logró determinar los principales inconvenientes que presentaba la imprenta en cuanto a sus servicios calidad y atención todo esto

basado en unas encuestas realizadas a unas personas aleatoriamente obteniendo así una solución

- ✚ Se logró determinar el principal problema logístico que tiene la empresa, siendo los procesos críticos: pedido de orden de emisión de los proveedores y coordinar la prestación del servicio al cliente.

5.3 Bibliografía (Según metodología APA):

Sánchez Sánchez. Antonio (1969). La inspección y el control de la calidad. Madrid, España: índex.

Swan c., Frederick a., y Carroll l. (1981) la satisfacción del cliente

Zeithamlv. a., Berry l. y Pasuraman a. (1988) descripción de la metodología Servqual.

Berry, L. (1994). **Management Siglo XXI. Administración Total del Mejoramiento Continuo: La Nueva Generación.** Colombia, Ediciones Mc Graw Hill.

Colunga, C. (1995). **La Calidad en el Servicio al Cliente.** 1ra. Edición. Panorama Editores, México.

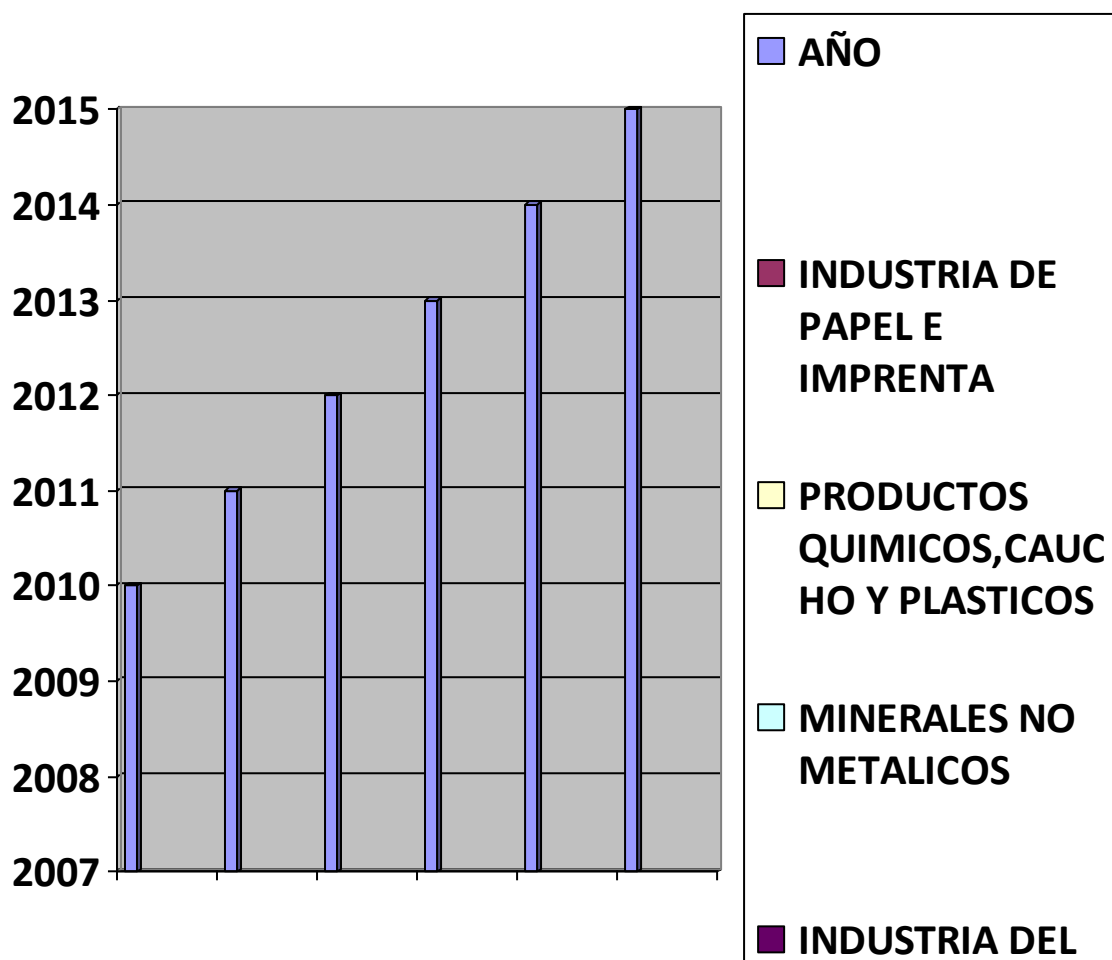
López Carlos. (2001, Mayo 18). **Los 10 componentes básicos del buen servicio.**

Nicol Schmoll. (2013). **Indicadores de servicio al cliente.** Traducido por Lucia G. Cejas

ANEXO:

ANEXO 1: VOLUMEN DE PRODUCCION

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INDUSTRIA DE PAPEL E IMPRENTA	151.0	149.2	166.9	179.0	206.8	241.2
PRODUCTOS QUIMICOS,CAUCHO Y PLASTICOS	119.3	123.8	131.2	137.7	144.3	156.0
MINERALES NO METALICOS	133.3	132.2	148.0	156.3	173.7	195.8
INDUSTRIA DEL HIERRO Y ACERO	151.2	153.2	156.5	173.5	178.5	123.2
PRODUCTOS METALICOS , MAQUINARIA Y EQUIPO	103.2	103.1	98.5	178.5	104.2	113.8
INDUSTRIAS DIVERSAS	81.2	82.8	83.8	79.3	83.1	91.5



Anexo 2: Métodos y sistemas de impresión

Impresión Offset:

El offset es un sistema de impresión que usa placas de superficie plana. El área de la imagen a imprimir está al mismo nivel que el resto, ni en alto ni en bajo relieve, es por eso que se le conoce como un sistema plano gráfico. Se basa en el principio de que el agua y el aceite no se mezclan. El método usa tinta con base de aceite y agua. La imagen en la placa recibe la tinta y el resto la repele y absorbe el agua. La imagen entintada es transferida a otro rodillo llamado mantilla, el cual a su vez lo transfiere al sustrato. Por eso se le considera un método indirecto.

Las placas para offset por lo general son de metal (aluminio) pero también las hay de plástico. Hay varias calidades de placa que determinan el precio y el uso que se le da (de acuerdo a su resistencia y facilidad). El offset es el sistema más utilizado por los impresores por la combinación de buena calidad y economía, así como en la versatilidad de sustratos en los que es posible imprimir.

Impresión Digital

Dentro de las nuevas tendencias en el mercado gráfico, la impresión digital ha tenido un crecimiento acelerado, desde la impresión en blanco y negro con duplicadoras, plotters de gran formato y máquinas de impresión electro – fotográfica. Este tipo de impresión se conoce como impresión bajo demanda, pues la idea es que se pueda imprimir únicamente lo que se necesita y distribuirlo en el lugar donde se necesita.

Láser

La impresora utiliza carga electrostática con el tóner o tinta en polvo para crear la imagen, esta imagen entonces se transfiere a papel electrostáticamente mezclando polvo de tinta seca en un tambor de metal, con el uso del rayo láser.

Inyección de Tinta

La información digitalizada en una computadora se usa para dirigir la tinta a través de diminutos canales para formar patrones alfanuméricos o de puntos a la vez que rocían la imagen sobre el papel. En estos procesos no se necesitan ni cilindros ni presión. Algunas impresoras de inyección de tinta usan una sola boca o canal, guiada por la computadora para oscilar entre el papel y el depósito de tinta.

Tipografía

La impresión tipográfica consiste en reunir en un componedor los caracteres correspondientes a una página. El componedor es una regleta metálica sobre la que se colocan los caracteres en el orden necesario. Esta composición se realiza con caracteres de idéntica calidad, tamaño y altura, fabricados industrialmente a partir de la aleación de plomo y zinc.

Rotograbado

Sistema de impresión de alta velocidad que trabaja mediante el uso de un cilindro grabado e impresión en rotativa. Utilizado para tirajes extra-largos, es decir, de millones de impresiones, sólo se utiliza para tirajes largos

Este sistema maneja capas de tinta líquida, extremadamente delgadas y considerando que el grabado del cilindro es poco profundo y que se debe evitar que el rasero penetre y retire tinta de las cavidades de éste, se precisa una retícula de líneas verticales y horizontales muy fina sobre las cavidades (áreas grabadas del cilindro).

Anexo 3: Tipos de cliente, productos y servicios editoriales

Clientes Directos:

Clientes que requieren de productos y servicios editoriales y mantienen un contacto directo con la imprenta con la cual realiza el contrato, lo óptimo para la empresa es

mantener una cartera de clientes fidelizados, para eliminar a los intermediarios y así garantizar una utilidad mayor, permitiendo ofrecer precios cómodos y trabajos de calidad garantizada.

Cientes Intermediarios:

Quienes aprovechan la demanda del mercado para captar clientes y recurren a imprentas para atender sus pedidos, pagando los precios más bajos de mercado para obtener un mayor margen de utilidad cuando entregan el producto.

