



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**Implementación del Ciclo Deming para la mejora de la calidad de
servicio en el área de atención al cliente de la Inmobiliaria
Constructora Mar Villa SAC, Puente Piedra, 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL**

AUTORES:

Cajaleon Alcantara, Fleming Joaquin (ORCID: 0000-0001-6272-327X)

Laban Huayama, Maryorie Pierina (ORCID: 0000-0001-9193-2425)

ASESOR:

Mg. Trujillo Valdiviezo, Guido (código:0000-0002-3019-6599)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Operaciones y procesos de producción

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a mi familia por su apoyo incondicional y por forjarme valores y las ganas de siempre salir adelante. Muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que incluye este. Gracias por motivarme a cumplir una de mis metas propuestas.

Fleming Joaquin Cajaleón Alcántara

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi abuela, por su bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien. A mi abuelo, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. A mi padrino, a quien quiero como a un padre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mis familiares, porque sin el equipo que formamos, no habiéramos logrado esta meta.

Maryorie Pierina Laban Huayama

Agradecimiento

Agradecer en primer lugar a dios y a mi madre por ser el motivo de una meta realizada. En segundo lugar, Agradecer a los docentes que me formaron con sus conocimientos y así prepararnos para el mundo laboral.

Fleming Joaquin Cajaleón Alcántara

Agradezco a nuestro formador y asesor por su gran sabiduría, por haberse esforzado en ayudarnos y guiarnos para la realización de nuestra tesis.

Esta presente tesis no ha sido sencilla, pero gracias a las ganas de nuestro asesor por transmitirnos sus conocimientos, en especial su dedicación, hemos logrado con objetivo culminar con éxito nuestra tesis.

Maryorie Pierina Laban Huayama

Índice de contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas.....	vi
Índice de imágenes.....	viii
Índice de figuras.....	ix
Abstract.....	xi
I INTRODUCCIÓN.....	12
II MARCO TEÓRICO.....	16
III METODOLOGÍA.....	26
3.1 Tipo y diseño de Investigación	27
3.2 Variables y operacionalización	28
3.3 Población, muestra y muestreo	29
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
3.5 Procedimientos	31
3.5.1 Desarrollo de la propuesta	32
3.5.2 Propuesta de mejora.....	43
3.5.2.1 Desarrollo del plan de mejora	46
3.6 Método de análisis de datos.....	65
3.7 Aspectos éticos.....	66
IV RESULTADOS	67
4.1 Análisis descriptivo.....	68
4.2 Análisis inferencial	69
V DISCUSIÓN	77
VI CONCLUSIONES.....	80
VII RECOMENDACIONES	82
REFERENCIAS	84

ANEXOS.....	88
Anexo 01: Ranking de índice de satisfacción por sector	88
Anexo 02: Ishikawa.....	88
Anexo 03: Pareto	89
Anexo 04: Diagrama de Pareto.....	89
Anexo 05: Matriz de coherencia.....	90
Anexo 06: Variable y Operacionalización.....	91
Anexo 07: Certificado de validez 1	92
Anexo 08: Certificado de validez 2.....	93
Anexo 09: Turnitin.....	94
Anexo 10: Ficha de Datos.....	95

Índice de tablas

Tabla 1 Juicio de Expertos	31
Tabla 2 Tipos de solicitudes de servicio	35
Tabla 3 Demanda de servicios	37
Tabla 4 Cumplimiento de clientes - Antes	38
Tabla 5 Promedio del cumplimiento de clientes previo a la implementación del Ciclo Deming	38
Tabla 6 cumplimiento de servicio – Antes	40
Tabla 7 Promedio de cumplimiento de servicio previo a la aplicación del Ciclo Deming	40
Tabla 8 Calidad de servicio– Antes	42
Tabla 9 Promedios de la Calidad de servicio, Fiabilidad Y Satisfacción al cliente - Antes.....	42
Tabla 10 Actividades de propuesta de mejora.....	44
Tabla 11 Presupuesto de la propuesta de mejora	45
Tabla 12 Cronograma de la propuesta de mejora	45
Tabla 13 Actividades de la fase Planear	46
Tabla 14 Principales causas del área de atención al cliente	47
Tabla 15 Tarea de mejora para cada causa principal del problema	47
Tabla 16 Temario de la capacitación al personal	48
Tabla 17 Actividades de la fase Desarrollar	48
Tabla 18 Checklist de cumplimiento de las actividades propuestas	53
Tabla 19 Actividades de la fase Controlar	55
Tabla 20 Cuadro comparativo de resultados	56
Tabla 21 Actividades de la fase Actuar	56
Tabla 22 Demanda de servicios – Después	59
Tabla 23 Cumplimiento de clientes – Después.....	60
Tabla 24 Promedio del cumplimiento de clientes después de la implementación Del Ciclo Deming.....	60
Tabla 25 Cumplimiento de servicio – Después.....	62
Tabla 26 Promedio de cumplimiento de servicio después de la implementación del Ciclo Deming.....	62
Tabla 27 Calidad de servicio – Después	64

Tabla 28 Promedios de la Calidad de servicio, Fiabilidad Y Satisfacción al cliente – Después.....	64
Tabla 29 Promedios de la Calidad de servicio, Fiabilidad Y Satisfacción al cliente – Antes y Después	65
Tabla 30 Prueba de normalidad de la calidad de servicio.	70
Tabla 31 Estadísticas de muestras emparejadas para la calidad del servicio antes y después	71
Tabla 32 Prueba T Student para la calidad de servicio	71
Tabla 33 Prueba de normalidad de la Fiabilidad antes y después.....	72
Tabla 34 Prueba de estadísticas de muestras emparejadas para la fiabilidad antes y después	73
Tabla 35 Prueba de hipótesis Fiabilidad.....	74
Tabla 36 Prueba de normalidad de la satisfacción al cliente antes-después	75
Tabla 37 Prueba descriptiva no paramétricas para la satisfacción al cliente antes y después	76
Tabla 38 Prueba de hipótesis satisfacción al cliente	76

Índice de imágenes

Imagen 1 Vista frontal de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC	32
Imagen 2 Ubicación geográfica de la inmobiliaria	33
Imagen 3 Hoja de asistencia de la capacitación	48
Imagen 4 Coordinación con el Gerente General	49
Imagen 5 Reunión virtual con los colaboradores	51
Imagen 6 Hoja de capacitación para el área de atención al cliente	51
Imagen 7 Entrega del documento a los colaboradores.....	52
Imagen 8 Encuesta para analizar los resultados de la capacitación.....	52
Imagen 9 control de actividades en Trello	55

Índice de figuras

Figura 1 Estructura organizacional.....	34
Figura 2 Flujo de proceso de adquisición de terreno actual	35
Figura 3 Diagrama de actividades de proceso - Antes	36
Figura 4 Indicador del cumplimiento de clientes previo a la aplicación del Ciclo Deming	39
Figura 5 Indicador del cumplimiento del servicio previo a la implementación del Ciclo Deming	41
Figura 6 Porcentajes de la calidad de servicio, Fiabilidad y Satisfacción del cliente - Antes	43
Figura 7 Flujo de proceso de adquisición de terreno - Mejorado	50
Figura 8 Diagrama de actividades de proceso – Después	54
Figura 9 Indicador del cumplimiento de clientes después de la implementación del Ciclo Deming.....	61
Figura 10 Indicador del cumplimiento del servicio después de la implementación del Ciclo Deming.....	63
Figura 11 Porcentajes de la calidad de servicio, Fiabilidad y Satisfacción del cliente- Después.....	65
Figura 12 Calidad de servicio Antes y Después	68
Figura 13 Fiabilidad Antes y Después.....	68
Figura 14 Satisfacción al cliente Antes y Después	69

Resumen

En la presente tesis se implementó la metodología del Ciclo Deming, para la mejora de la calidad de servicios en el área de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC. Para esta tesis se analizó la calidad de servicio con la finalidad de reducir las problemáticas con la metodología del Ciclo Deming. El tipo de investigación es aplicada, el enfoque de la investigación cuantitativa, su nivel de investigación es explicativa y su diseño de investigación es preexperimental. En primer lugar, se analizó la situación actual de la empresa, recolectando datos e información. En segundo lugar, se usó la metodología para reducir la problemática. En tercer lugar, se obtuvieron los resultados para ver el impacto que generó en el área de estudio. Estas pruebas se realizaron con estadígrafos. Finalmente, Los resultados que se concluyeron fueron respecto a la mejora de la calidad de servicio de un 18.33% a un 41.17% concluyendo que la metodología del ciclo Deming si incrementa la calidad de servicio en el área de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Palabras claves: Ciclo Deming, calidad de servicio, atención al cliente, fiabilidad, satisfacción al cliente, mejora continua.

Abstract

In this thesis, the Deming Cycle methodology was implemented to improve the quality of services in the customer service area of Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC. For this thesis, the quality of service was analyzed to reduce problems with the Deming Cycle methodology. The type of research is applied, the focus of quantitative research, its level of research is explanatory, and its research design is pre-experimental. First, the current situation of the company was analyzed, collecting data and information. Second, the methodology was used to reduce the problem. Third, the results were obtained to see the impact it generated in the study area. These tests were performed with statisticians. Finally, the results that were concluded were regarding the improvement of the quality of service from 18.33% to 41.17%, concluding that the Deming cycle methodology does increase the quality of service in the customer service area at Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Keywords: Deming cycle, quality of service, customer service, reliability, customer satisfaction, continuous improvement

I INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas buscan cambios internos para una competencia eficiente, adaptándose a los cambios externos según el rubro en el que se trabaja. Lo reflejan en la mayor parte en la calidad de servicio al cliente que se hace mediante la comunicación directa con el cliente, colaborador y/o instalaciones tecnológicas de servicio, con la finalidad de satisfacer una necesidad. Según (ALAYO REYES, 2017) nos dice que la administración de calidad que se da a la atención al cliente nos permite conocer la realidad que está atravesando la empresa, asimismo, nos brinda información para ser competitivos dentro del mercado empresarial. Según (VÁZQUEZ, y otros) sustenta que la calidad es un enfoque con el deseo de complacer la necesidad y aspiración del consumidor, tomando una relación focal entre colaborador y cliente.

La atención o servicio al cliente de calidad no es una decisión opcional, sino un elemento necesario para que las empresas puedan adquirir rentabilidad y el éxito continuo en cada negocio, pues un servicio de calidad no garantiza lealtad para las compañías, pero si la percepción de los clientes.

En nuestra sociedad la tendencia de fidelizar al cliente, según (MIGUEZ GUAMAN, 2018) mencionó que la fidelización se logra a base de satisfacer las necesidades del consumidor. Esto ayuda a las empresas a diferenciarse generando competitividad y rentabilidad, no obstante, las empresas por tener un personal mal capacitado generan un descontento al cliente, por ello así ofrezcan un servicio o un producto de calidad, si el personal no está bien informado de sus funcionalidades, no va a poder satisfacer en la totalidad la necesidad del cliente.

(MALDONADO, 2015) los consumidores por lo general tienden a hacer muchos trámites para así obtener o satisfacer su necesidad, pero para recurrir a estos servicios se sienten fatigados por las colas que tienen que hacer o esperar a que le llamen para así ser atendido. A ello se le suma la mala atención por parte del personal de la empresa, generando así la disconformidad de los clientes.

Según (VERA BARANDIARÁN, 2017) lanzó Best Place to Live, una certificación para las inmobiliarias que serían evaluadas por los clientes. Juan Carlos Tassara García, presidente de Obras de Edificación de Capeco señaló: “se relanzó un sello

de calidad que depende de lo que los clientes digan”, también destacó la necesidad de poder contar con la calificación, ya que hoy en día las inmobiliarias se encuentran con clientes más exigentes.

Según (Perú 21, 2016), que mide cuán satisfechos y complacidos son los clientes de un servicio o producto en función a sus expectativas, calidad y el valor percibido muestra que las instituciones públicas, uno de los sectores que genera menor satisfacción en el país con 51 puntos en una escala del 1 al 100, dieron como resultado bajos niveles de satisfacción y fidelidad. (Ver Anexo 1)

Ya estudiado el nivel internacional y nacional, observamos que la calidad de servicio de atención al cliente es la base principal para que la empresa pueda mantenerse equilibrada en su rubro. La Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, que se encuentra en el distrito de Puente piedra, encargada de la compra y venta de terrenos, que da facilidades para la adquisición del terreno mediante un contrato con entrega inmediata a la persona interesada, en la actualidad se encuentra con problemas internos en la calidad de servicio que brinda a sus clientes, ya que no satisfacen las diversas necesidades y/o soluciones inmediatas que los clientes solicitan, asimismo hace referencia que no tienen un personal capacitado para la solución de este, también carecen de herramientas tecnológicas, por ello la empresa no cuenta con la satisfacción total en la calidad de servicio a sus clientes. (Ver Anexo 2 y 3)

De lo antes expuesto, se formula la siguiente pregunta de la investigación:

¿De qué manera la aplicación del Ciclo Deming mejora la calidad de servicio de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC Puente Piedra 2020?

De igual manera, se presenta las siguientes preguntas específicas:

¿De qué manera el Ciclo Deming mejora la satisfacción al cliente en la calidad de servicio de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, Puente Piedra 2020?

¿Cómo el Ciclo Deming mejora la fiabilidad en la calidad de servicio de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, Puente Piedra 2020?

Para el estudio, se propone las siguientes justificaciones:

Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014) “Es fundamental justificar la investigación explicando sus razones, ya que las investigaciones se hacen con un objetivo definido, no se hace sencillamente porque el investigador quiso, sino que se tiene que explicar su propósito, por ende, debe ser lo bastante fuerte para que se justifique su elaboración”.

Económico: El objetivo de estudio va a ser rentable para la empresa, debido a que los problemas van a ser reducidos mediante la metodología del Ciclo Deming mejorando la calidad de procesos, reduciendo costo y tiempo. Generando de esa manera mayor utilidades e ingresos, ayudando a que la empresa crezca internamente. Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014)

Social: Al mejorar la calidad de servicio se ve reflejado y beneficiado la empresa, sus trabajadores, familiares y en especial los clientes. Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014)

Práctico: el ciclo Deming mejorará el posicionamiento de la empresa, ayudando a la demanda insatisfecha. Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014)

Teórico: utilizamos los conocimientos del Ciclo Deming para llevar a cabo la mejora continua y lograr de una manera sistemática la resolución de los problemas de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC. Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014)

Para el estudio se propone el siguiente objetivo general:

Determinar cómo la aplicación del Ciclo Deming mejora la calidad de servicio de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Asimismo, se presentan los siguientes objetivos específicos

Establecer cómo el Ciclo Deming mejora la satisfacción al cliente en la calidad de servicio de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Establecer cómo el Ciclo Deming mejora la fiabilidad en la calidad de servicio de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Para la investigación se presenta la siguiente hipótesis general:

El Ciclo Deming mejora la calidad de servicios en el área de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

De igual manera, se propone las siguientes hipótesis específicas:

El Ciclo Deming mejora la fiabilidad en la calidad de servicio de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

El Ciclo Deming mejora la satisfacción al cliente en el área de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

II MARCO TEÓRICO

Como antecedente nacional tenemos a (PORTILLA, 2017) en su tesis "aplicación del ciclo PHVA para mejorar la calidad de las ventas del seguro de compra protegida de la empresa CHUBB PERÚ S.A.". El autor reconoció que la competitividad entre aseguradoras es alta, por ello mejorar al área de atención al cliente es primordial, debido a que un mal servicio aleja al comprador. Por lo cual, el objetivo fue aplicar la herramienta PHVA para incrementar la satisfacción al cliente y mejorar la credibilidad de la empresa. El tipo de estudio fue aplicado, el enfoque fue cuantitativo, el diseño fue experimental y su método analítico. Con este modelo se identificó y analizó las principales incidencias, asimismo realizó un plan para su corrección. Los resultados después de la implementación fueron que las ventas aumentaron un 1,25% y las pérdidas de cliente se redujeron en un 48,53%. El aporte del autor fue el uso de la herramienta para mejorar la calidad de atención y ventas en la compañía de seguros. Dicho aporte ayudó a argumentar la importancia de la atención al cliente y cómo esto afecta a la empresa.

De acuerdo con (MONTAÑO, 2017) en su tesis titulada "Análisis de la implementación del ciclo PHVA para el aseguramiento de la calidad de servicio en el área de AT YOUR SERVICE en la actualidad". La empresa JW MARRIOTT es un hotel reconocido que busca garantizar la calidad del servicio, por ello, quiso mejorar la empresa ya que tiene deficiencias en el área de AT YOUR SERVICE. El objetivo del proyecto fue la implementación de un sistema de trabajo que contribuyó a garantizar la calidad del servicio. La metodología ha sido formulada en base al ciclo de Deming PHVA, a través de acciones correctivas y preventivas planteadas a partir de las observaciones. El diseño que se utilizó fue cuasi experimental, el tipo de estudio fue aplicado, con un enfoque mixto y con método analítico. Los efectos después de la implementación fueron factible en la indagación de la mejora continua. Dado que aplicaron una metodología que se enfoca en los procesos de la empresa, ayudó a que mejore el área afectada, asimismo sirve como referencia para tomar acciones futuras a cualquier tipo de incidencia que pueda ocurrir.

Según (ISUIZA, 2017) en su tesis "Mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del método PDCA en la empresa NETCALL PERÚ S.A.C, Santa Anita". El autor mencionó que la calidad de atención al cliente representa la marca corporativa, debido a ello su gran

importancia y exigencia en dicha área. Por ello, el objetivo de la investigación fue aplicar la herramienta de PDCA para mejorar los tiempos de atención y percepción del cliente. El modelo de estudio fue aplicado, el enfoque fue cuantitativo, el diseño fue experimental y el método analítico. El modelo analizará las retenciones y tiempo de demora del personal de la empresa mediante encuestas realizadas. Los resultados fueron que mejoró la capacidad de atención del colaborador en un 40%, mejoró la fidelización de los clientes en un 16% y la satisfacción del cliente mejoró en un 11%. El aporte de este autor fue mejorar la calidad de servicio no solo capacitando al personal sino también aumentando la satisfacción del cliente. Este aporte ayudó a describir cómo mejorar relativamente la capacidad de atención y retención de los clientes.

Según (ROJAS HURTADO, y otros, 2019) en su tesis “Aplicación del Ciclo de Deming para mejorar la Calidad de Servicio al cliente en la tienda Maestro de Ventanilla, Callao 2019”. La autora mencionó la importancia de mejorar la calidad de servicio en una empresa, asimismo, tuvo como objetivo usar la metodología Deming para desarrollar la problemática que había en la compañía, para alcanzar dicho objetivo se realizó capacitaciones y mediciones de satisfacción al cliente. el modelo de la investigación fue aplicado, enfoque cualitativo y diseño experimental. Los resultados de dicha investigación mejoraron en un 8% la satisfacción, 8% capacidad de respuesta y mejora de eficiencia en un 26% y la calidad de servicio en 17% respectivamente. El aporte del autor fue la creación de KPI que ayudaron a analizar el incremento de la calidad de servicio en la compañía Maestro. Esta tesis nos brinda información de cómo mejorar la calidad de servicio.

Según (TORRES HUAMÁN, 2018) en su tesis “Aplicación del Ciclo de Deming para Mejorar la Calidad en el Servicio en el Área de Mantenimiento y Calibración en la Empresa OFILAB PERÚ S.A.C.”. La autora menciona sobre la competitividad que existe entre las empresas es alta, y una de las bases importantes a considerar es la calidad de servicio ya que con la conformidad se evalúa si el servicio que se brinda es de calidad. La dirección de dicho estudio fue mejorar dicha calidad de servicio de la compañía OFILAB PERÚ S.A.C., el modelo de estudio fue cuantitativa y su diseño cuasi experimental. Los resultados de dicha investigación con sus indicadores de lead time y conformidad de servicio incrementaron 37% y 36%

respectivamente. El aporte de la autora fue mejorar la zona de mantenimiento y calibraciones de la compañía. Dicho estudio nos ayuda a saber sobre el manejo de otros puntos a considerar para mejorar la calidad de servicio de una empresa.

Como antecedente internacional tenemos a (ALFONZO ORTIZ, y otros, 2017) en su tesis “Propuesta de plan de mejora para el proceso de Soporte al Cliente del área Comercial de Kantar IBOPE Media Colombia S.A.S., con base en los lineamientos del numeral 9.1 de la NTC-ISO 9001”. Los autores resaltaron que el punto importante de las compañías son los clientes, por lo cual buscan satisfacer sus necesidades o requisitos. Por ello, la investigación se direcciono a mejorar los procesos de la empresa para brindar mejor servicio al cliente. El modelo de estudio fue descriptivo, el enfoque fue cualitativo, el diseño fue explicativo y el método fue deductivo. Todo ello se realizó bajo la perspectiva de los clientes mediante encuestas de satisfacción. Las respuestas que encontraron de la investigación, sobre el proceso de soporte a los clientes implementando la estrategia de trabajo orientaron a la mejora continua logrando la satisfacción del cliente y colaboradores comprometidos. Esta investigación ayudó a saber la interacción entre los clientes y empleados para la mejora continua de la empresa.

De acuerdo (REYES, 2014) en su tesis “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, sede HUEHUETENANGO”. La autora mencionó que la atención al cliente va relacionada con el estado de ánimo del colaborador. Por ello, su objetivo fue mejorar ese problema para así dar solución a la atención al cliente. El modelo de estudio fue descriptivo, el enfoque fue cualitativo, el diseño fue explicativo y el método fue deductivo. Los instrumentos que se usaron fue la recopilación de encuestas y entrevistas. Los resultados obtenidos fueron que la empresa SHARE después de capacitar a su personal para perfeccionar la atención al cliente obtuvo un 64% de mejora, generando de esta manera satisfacción por parte de los clientes en un 72%. Esta investigación fomento a la capacitación del personal, ya que es muy importante para mejorar el servicio brindado.

Según (LÓPEZ, 2018) en su tesis “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil”. La autora mencionó que los restaurantes deben brindar un servicio de calidad desde que el cliente entra

hasta cuando sale, así quedan completamente satisfechos y recomiendan el lugar. Asimismo, el problema del restaurante es que la atención es personalizada, así como otras áreas no cumplen con las expectativas del cliente. Por ello, el objetivo fue mejorar la calidad de servicio al cliente. El tipo de estudio fue aplicado, el enfoque fue cuantitativo, el diseño fue experimental y su método analítico, el instrumento que se usó es un modelo servqual de 25 preguntas de calidad de servicio en escala de Likert. Los resultados mostraron que los clientes desean un mejor trato en el servicio y tiempo de atención, asimismo, la empresa se dio cuenta que no puede presentar un servicio personalizado, ya que demandaría de más personal y capacitación. Esta investigación dio a conocer la importancia de la atención al cliente y cuánto beneficio genera a la empresa.

Según (KIM L., 2016) en su informe "Interrupción y reparación: Un modelo para un programa de telesalud efectivo basado en la comunidad" el propósito de esta investigación era saber cuál es el aumento económico de tratar pacientes a través de telesalud tomando como base la metodología PHVA. El tipo de estudio fue aplicado, cuantitativo y su método fue analítico. Proyectando así cómo aumentará drásticamente dicho sector. Los datos muestran la restructuración de la salud con ayuda de la tecnología, dicho incremento será de un 56% anual. Estos hallazgos se utilizaron para mejorar y desarrollar las buenas prácticas. Este informe nos ayuda a saber cómo se puede realizar proyecciones después de haber obtenido una base de datos sólida.

Como teorías de investigación tenemos a (DELGADO, y otros, 2012) que describe que son conceptos científicos, que dan sustento teórico al diseño de modelos educativos enfocados en la construcción de conocimientos por parte de los estudiantes universitarios mediante una búsqueda intencionada de saberes.

Según (JIMENO BERNAL, 2014) se menciona sobre la metodología de ciclo Deming (o Ciclo PHVA) proviene por la combinación de palabras Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. Este también es conocido como el Ciclo de Mejora Continua. Edwards Deming es el que implementó este método que permite la mejora continua y que estos se mantengan en el tiempo gracias a la interacción de las cuatro acciones las cuales trabajan de manera ordenada y en simultaneidad para así alcanzar todo lo que se proponen las empresas al aplicar dicho método, permitiendo

con su aplicación reducir y aumentar la eficiencia en las áreas, eliminando de tal manera riesgos y solucionando diversos problemas que posiblemente se pueda presentar.

Asimismo, (URQUIAGA, y otros) mencionaron que el ciclo PHVA permite disminuir incidentes, de igual manera, (RESTREPO, y otros) mencionaron que la metodología rompe esquemas y reevalúa diferentes procesos. También que la metodología se interpreta de manera sencilla y coherente, por último, (SUÁREZ, y otros, 2019) indicaron que esta metodología brinda el soporte para realizar ajustes al proceso. Si queremos aplicar debemos primero planificar el cómo se obtendrá, sucesivamente cómo se ejecutará dichas acciones planeadas, posteriormente se validará cómo fueron ejecutadas y por último se realiza los cambios esenciales para no cometer los mismos errores. Esto es un proceso cíclico, iniciando nuevamente el proceso para así seguir mejorando, basando esto a experiencias ganadas.

Planificar, se busca las actividades de la empresa que necesiten mejora ya sea esto en su proceso o estructura. Para saber algunas alternativas de solución primero se recomienda a escuchar las opiniones de los colaboradores o buscas de ayudas tecnológicas de las que son tendencia en la actualidad para la mejora de las empresas. Según (JIMENO BERNAL, 2014)

Hacer, Esta etapa es en la que se pone en ejecución lo planteado en la primera etapa del ciclo, recomienda realizar pruebas experimentales en la cual nos permita una evaluación y saber cuánto será el impacto en la empresa para así dar el siguiente paso a gran escala de su aplicación. Según (JIMENO BERNAL, 2014)

Controlar. En esta etapa se mide en un periodo de tiempo cómo va el funcionamiento de la propuesta de mejora. Si la mejora no está cumpliendo las expectativas se debe de realizar una modificación para así obtener o llegar a los objetivos planteados. Según (JIMENO BERNAL, 2014)

Actuar, En esta etapa que viene ser la última, se realizan estudios de los resultados obtenidos el cual será comparado con el antes de su aplicación. Para medir su mejora. Cuando termine la etapa se regresa a la etapa 1 para realizar el levantamiento de nuevas necesidades para solucionar. Según (JIMENO BERNAL, 2014)

La metodología Deming, se utiliza para resolver muchas áreas de las organizaciones. Asimismo, gestiona diversos aspectos como:

La gestión de calidad ISO 9000

Fases de la metodología en (ISO 9000, 2015)

Plan, Establece el objetivo y los procedimientos para la obtención de resultados esperados. Tomó como foco dicho resultado y difiere de otras técnicas como la percepción de lo especificado es también parte fundamental de la mejora.

Hacer. Implementación del nuevo proceso a una pequeña escala

Verificar, Pasado el periodo previsto se recopila los datos para controlar y analizarlos. Comparándolos con los objetivos planteados de esta manera evaluar si produce el perfeccionamiento esperado. Se documentan las culminaciones.

Actuar, modifica los avances conforme a los datos obtenidos para alcanzar los objetivos planteados, si es necesario se realizará nuevas mejoras. Según (Calidad y Gestión, 2010)

Ya que su proceso es cíclico una vez concluido se debe de retomar desde el punto de partida, de manera que las actividades son realizadas esporádicamente para así incorporar mejoras. La aplicación de dicha metodología se realiza en empresas u organizaciones.

Metodología en Gestión Ambiental ISO 14000

Etapas en (ISO 14000)

Plan. Plantea los propósitos y procedimientos principales para alcanzar los resultados de acorde con las políticas ambientales de las organizaciones.

Hacer, Ejecutar las actividades planteadas

Verificar, Se realiza seguimientos y mediciones de las actividades en relación con la política ambiental, dicho seguimiento va de mano a los objetivos, metas y requisitos legales, esto se informa en los resultados.

Actuar, aplicación de la mejora continua de acuerdo con el desempeño del sistema de gestión ambiental. Según (Calidad y Gestión, 2010)

Metodología en Seguridad y Salud Ocupacional (OHSAS 18000)

Etapas en OHSAS 18000 (serie de especificaciones sobre la salud y seguridad en el trabajo)

Plan, Se plantean los procesos principales para obtener resultados de acorde con la política SySO de la compañía. Identificación de riesgos, requisito legal, objetivo y programas.

Hacer, implementación de procesos en la asignación de recursos y responsabilidad, entre otro proceso.

Verificar, realizar los seguimientos de la medición del proceso respecto a las políticas SySO, la evaluación de la incidencia y no conformidades, realizando acciones correctivas y preventivas.

Actuar, Se tomarán acciones para la mejora continua respecto al sistema de gestión SySO. Según (Calidad y Gestión, 2010)

Metodología en la Inocuidad Alimentaria – ISO 22000

La metodología en (ISO 22000, 2015)

Planificar, La planificación se realiza de acuerdo con las medidas de control alimenticios de acuerdo con los planes críticos. Análisis de peligros y puntos críticos de control. (HACCP)

Hacer, implementación de los procesos planificados. Se realiza un control de documentación.

Verificar, se realiza un seguimiento de acuerdo con las políticas de inocuidad, asimismo se informa sobre los resultados y se evalúa el cumplimiento para así tomar acciones correctivas.

Actuar, es la mejora continua en el desempeño del sistema de inocuidad. Según (Calidad y Gestión, 2010)

Algún sistema de gestión exitoso, de medio ambiente, calidad, salud y ocupacional. Siempre dependerá del compromiso de la organización, especialmente del área crítica donde se necesita realizar dicha mejora. La metodología ayuda a establecer

los objetivos y procesos que se tienen que realizar para mejorar, asimismo tomar las medidas necesarias para optimizar el rendimiento, en este sentido es necesario el uso de la metodología Deming para ayuda de manera cíclica a la empresa y de esta forma dar solución y retroalimentar con información que le ayudara para procesar y mejorar de manera sistemática volviéndose de esta manera más competitivos y ser de referencia a otras organizaciones.

Dimensiones de la calidad de servicio

Hablar de calidad de servicio y al revisar la literatura, se encuentran ideas que coinciden. La medición requiere ser observada como una construcción subjetiva, que debe a su esencia a la forma en cómo los consumidores de servicio o productos perciben dicha calidad. Por ende, la mejor manera de medir dicha variable es mediante la percepción emitida por la persona, que en nuestro caso sería los clientes. Según (VILLALBA, 2013)

Además, según (Hernán O. Arellano Díaz, 2017) nos comenta que la vida útil de una empresa que brinda servicios está relacionado en la capacidad de cómo capta y fideliza a los clientes para así de ese modo defenderse de las fuerzas competitivas del mercado, de ese modo la calidad basado enfocado en los servicios brindados es elemento para la ventaja competitiva de cada empresa.

Como definiciones de la fiabilidad tenemos los siguientes conceptos, según (MATSUMOTO, 2014) Comprende que el servicio o producto sea lo que se menciona, consiste en respetar los convenios dados al cliente con los niveles estipulados. Esto se debe cumplir cuando se entrega el servicio a la empresa. Ya que ayuda a la fidelización de posibles nuevos socios.

Asimismo, (SENATI, 2012) la fiabilidad se relaciona con el hecho de llevar a cabo el servicio pactado. Para esto la compañía debe de realizar procedimientos detallados para el conocimiento del cliente, ya que el cliente percibe el servicio y son de total importancia para la entrega de lo solicitado. Si todo ello se concreta con lo establecido, el cliente puede regresar o recomendar dicho producto o servicio.

Como definiciones de satisfacción al cliente tenemos los siguientes conceptos, según (VILLALBA, 2013) Es la percepción de la persona frente al servicio brindado.

Se define como el cumplimiento de las expectativas del cliente. Asimismo, cuando se realiza quejas o reclamos frente al servicio brindado, se debe a que el visitante o cliente no perciben un buen servicio y es un claro indicador de insatisfacción. Dicha percepción hace referencia al grado de aprobación del individuo al obtener un servicio. El juicio hace referencia a que, a mayor satisfacción, mayores posibilidades de que los consumidores regresen al establecimiento o recomiende el servicio. Es factible definir que la satisfacción del cliente es la situación de voluntad que el consumidor percibe del producto o servicio brindado.

Según (VALENZUELA SALAZAR, y otros, 2019) menciona que la satisfacción al cliente se trata de ofrecer el servicio con calidad ya que los clientes tienen muchas expectativas de los productos o servicios que las compañías dan al público en general, asimismo menciona que es importante cumplir las expectativas antes y después para así generar esa satisfacción de brindar un servicio de calidad.

III METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de Investigación

Tipo de investigación

Aplicada

Según (MURILLO, 2008) se caracteriza porque busca la aplicación de los conocimientos adquiridos, teniendo como consecuencia nuevos resultados en la investigación de una forma sistemática y organizada de conocer la realidad, con el fin de mejoras en el objeto de estudio.

El tipo de investigación fue aplicada, debido a que se utilizó la herramienta del Ciclo Deming para dar solución al problema que se encontró en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, con el objetivo de obtener la mejora en el área de atención al cliente.

Enfoque de investigación

Cuantitativa

Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014), en el enfoque cuantitativo se usa la recopilación de datos para comprobar la hipótesis con mediciones numéricas que se cuantifican y se miden según la información recopilada. Se utilizó la estadística para analizar la información con el fin de comparar la relación de las variables estudiadas y obteniendo resultados reales, mejorando procesos o productos.

Nivel de investigación

Explicativo

Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014) nos indicaron que el alcance de investigación tiene como finalidad explicar por qué ocurre un fenómeno encontrando las razones por las que estas son ocasionadas.

El nivel de investigación en el presente proyecto fue explicativo, debido a que a que existió una relación de causa- efecto entre las variables del ciclo Deming y la calidad de servicio de atención al cliente. Asimismo, se mencionó el desenvolvimiento interno de la organización y cómo esto afecta a las dimensiones de las variables de la investigación. En la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, se analizó y se

explicó las razones por la cual existen fenómenos para poder describirlos con la intención de arreglar los obstáculos existentes.

Diseño de investigación

Pre experimental

Según (CHÁVEZ VALDEZ, y otros, 2020) manifestaron que, al realizar una preprueba y luego la prueba después, se puede observar los cambios como respuesta al estímulo X, con el fin de observar cambios y por hacer una toma de decisiones para de esa manera optimizar la mejora en el proceso organizacional interno.

Para finalizar el diseño de investigación fue pre experimental, debidamente a que nos basamos en las mediciones de un antes y un después aplicando la variable independiente que es el Ciclo Deming.

Esquema de diseño:

$$G: O1 \times O1$$

Donde:

G = Grupo experimental

O1= Medición de la calidad de atención al cliente antes de la aplicación del Ciclo Deming

X= Aplicación del Ciclo Deming

O2= Medición de la calidad de atención al cliente después de la aplicación del Ciclo Deming

3.2 Variables y operacionalización

Variable Independiente: Ciclo de Deming

Definición conceptual

El ciclo PHVA también conocido como círculo de Deming, es una estrategia de mejora continua para mejorar la calidad de algún servicio.

Definición operacional

Para la realización del ciclo Deming se utilizó las dimensiones planear, desarrollar, controlar y actuar.

Variable dependiente: Calidad de servicio

Definición conceptual

La calidad de servicio requirió ser visto como un constructo subjetivo que debe su esencia a la forma como los consumidores perciben dicha calidad. Según (VILLALBA, 2013)

Definición operacional

La calidad de servicio fue medida mediante la fiabilidad y la satisfacción al cliente. (Ver Anexo 6)

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014), la población es: “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). Asimismo, nos dice, Palella y Martin (2008), que la población es: “un conjunto de unidades de las que se desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones” (p.83).

Para el análisis de la población se consideró a las 100 familias que tienen el servicio de la Inmobiliaria Mar Villa Sac.

Muestra

Según (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014) define que la muestra es parte de la población de interés sobre la cual está siendo evaluada el estudio para así generar una base de datos, y esta tiene que delimitarse con suma precisión, ya que ahí se realizará la evaluación de la prueba.

La muestra considerada fueron los mismos datos de la población, es decir basado en la información que brindan las familias a la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Muestreo

No se aplicó porque la población es igual a la muestra

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Se presenta una serie de criterios a considerar para diseñar la herramienta de recolección de información, los métodos de recolección para lograr en una investigación resultados confiables. Para ellos es imprescindible realizar un proceso de recolección de datos de forma planificada y teniendo en claro los objetivos sobre el nivel y profundidad de la información a recolectar. (Torres 2015, p.1). La técnica que se usó fueron las encuestas y los reportes que proporcionó la misma empresa con la implementación de la metodología.

Instrumento

Ficha de reporte 1: plan y desarrollo

En este formato de control de los planes que tiene la empresa sirvió para seguir un lineamiento. Consolidado en un formato las nuevas estrategias o mejoras que desea implementar a la empresa para así tener mejor conocimiento y control de sus procesos. Asimismo, Consolidado las actividades concluidas en el planeamiento de la empresa para mejorar el rendimiento de sus operaciones y tener conocimiento de las acciones.

Ficha de reporte 2: control y acción

En este se registró las metas alcanzadas con el proceso y se comparó con lo que se deseaba esperar como resultado. Esto dio una visión general de cómo funciona la mejora de dichas actividades o procesos.

Ficha de reporte 3: Fiabilidad de los clientes

En este formato se analizó los nuevos clientes o posibles clientes que solicitan información a la inmobiliaria, asimismo se observó si cumple con la información planificada que se espera obtener con clientes nuevos.

Ficha de reporte 4: Satisfacción del cliente

En la ficha se registró la cantidad de clientes atendidos por día, junto con los reclamos que se realizaron en el libro de reclamaciones de empresa Mar Villa Sac. Esta ficha de reporte se midió mediante una encuesta de satisfacción del servicio.

Validez

La validez de la técnica de instrumento de recolección para medir las variables se definió por juicio de expertos, para dicho fin se anexó las siguientes firmas:

Tabla 1 Juicio de Expertos

Juicio de Expertos	DNI	Aplicable
Mg. Augusto Edward Paz Campaña	07945812	Si
Ing. Abraham Rafael Sáenz Apari	10454966	Si
Mg. Trujillo Valdiviezo, Guido	25570359	Si

Fuente: elaboración propia

3.5 Procedimientos

Después de haber planeado las bases teóricas en la investigación, se procedió a entender cómo se analizó a la empresa inmobiliaria con la metodología. Se describió el tipo de instrumento que se utilizó para la evaluación de los indicadores, como las encuestas, formatos y fichas de análisis que determinó el estado actual de la inmobiliaria o según sea el caso de su uso.

En primera instancia se analizó la situación actual de la empresa y cómo esta problemática afectó a la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

En segunda instancia se analizó la empresa cuando la metodología fue aplicada, se observó y se cuantificó mediante los indicadores si hay algún cambio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

La comparación y resultados de que si la metodología fue la correcta para atacar dichos problemas y mejorar la condición de la empresa dando como sustento los resultados de los indicadores analizados.

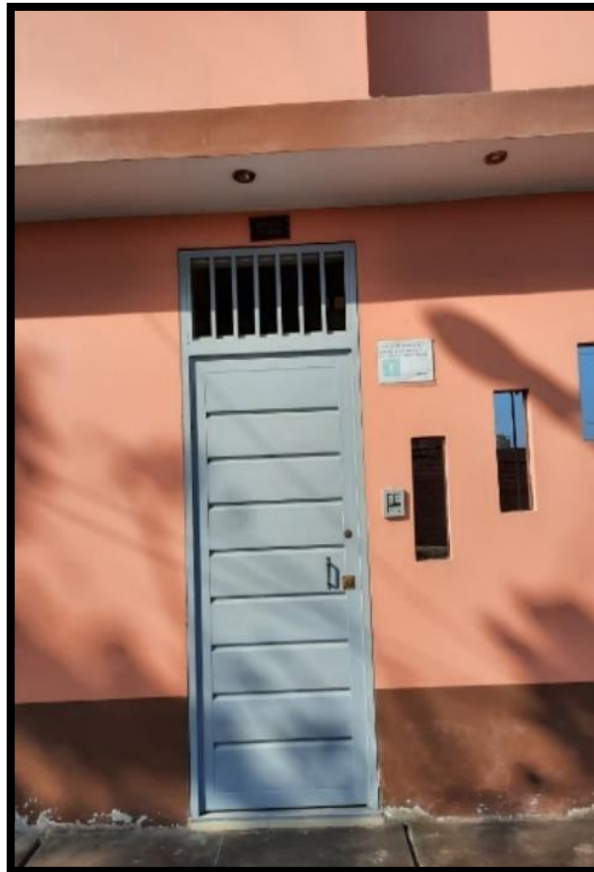
3.5.1 Desarrollo de la propuesta

Situación actual

Descripción de la empresa

La Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, que se encuentra en el distrito de Puente Piedra, encargada de la compra y venta de terrenos, que da facilidades para la adquisición del terreno mediante un contrato con entrega inmediata a la persona interesada, con la satisfacción total en la calidad de servicio a sus compradores.

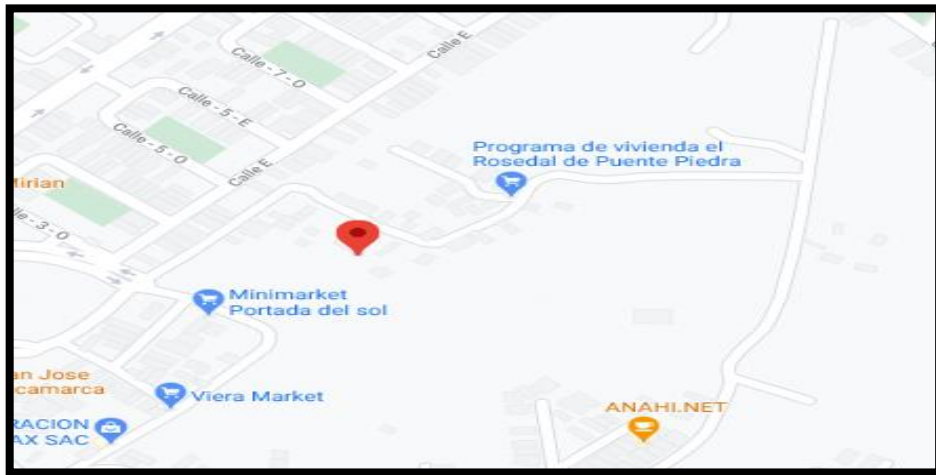
Imagen 1 Vista frontal de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC



Fuente: Elaboración propia

Ubicación geográfica

Imagen 2 Ubicación geográfica de la inmobiliaria



Fuente: Google Maps

Misión

Somos una empresa confiable que ofrece información específica sobre el servicio brindado mostrando compromiso hacia el cliente y un ambiente amigable para nuestros colaboradores.

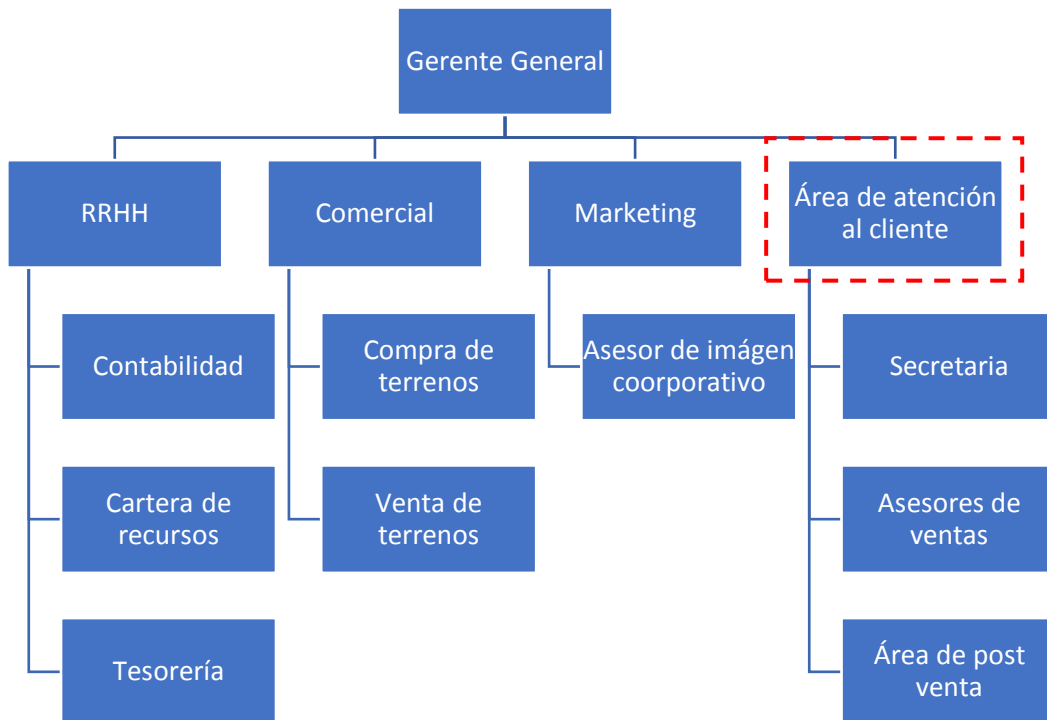
Visión

Mantenernos en el mercado como una empresa reconocida por la capacidad de liderazgo, ofrecer los mejores servicios al mejor precio del mercado y posicionarnos a nivel nacional.

Organigrama

Los niveles organizativos que conforman la estructura orgánica de la empresa Inmobiliaria Mar Villa SAC tienen como finalidad realizar trabajos en conjunto para lograr sistemáticamente los objetivos y estar aptos para cualquier reto o cambio por parte de la empresa.

Figura 1 Estructura organizacional



Fuente: Elaboración de la Inmobiliaria

Principales procesos en el área de atención al cliente

La Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, es una empresa con poco tiempo en el mercado que trabaja en el rubro inmobiliario. Por ello sus procesos no están definidos y necesitan mejorar en el área de atención al cliente ya que es el área crítica de la empresa debido que con regularidad presenta quejas por parte de los clientes. Por lo descrito, pasamos a describir los procesos que realiza el colaborador en el área de atención al cliente:

Solicitan información mediante llamada en el área de atención al cliente sobre los terrenos y ubicación de dichos terrenos para así coordinar una cita con previa reservación para detallarle de forma visual el lugar.

En esta misma se realiza lo que es la recepción de reclamos u observación para la mejora del servicio, no obstante, los reclamos van dirigidos para el mismo personal que atiende.

Después de visualizar de manera presencial el lugar del terreno, se brinda más información sobre las formas de pago y el financiamiento de pago de letras, todo ello brindado por el área comercial que se encarga de la venta del terreno.

Existen 2 áreas que se encargan sobre la venta del terreno.

Servicio informativo, el cliente reserva la cita, brinda datos y se pone en contacto con dicha área horas antes para ser atendido.

Servicio presencial, el cliente identifica y observa el lugar. Analiza y se le brinda más información por un asesor de venta el cual llena un documento con las especificaciones del lote.

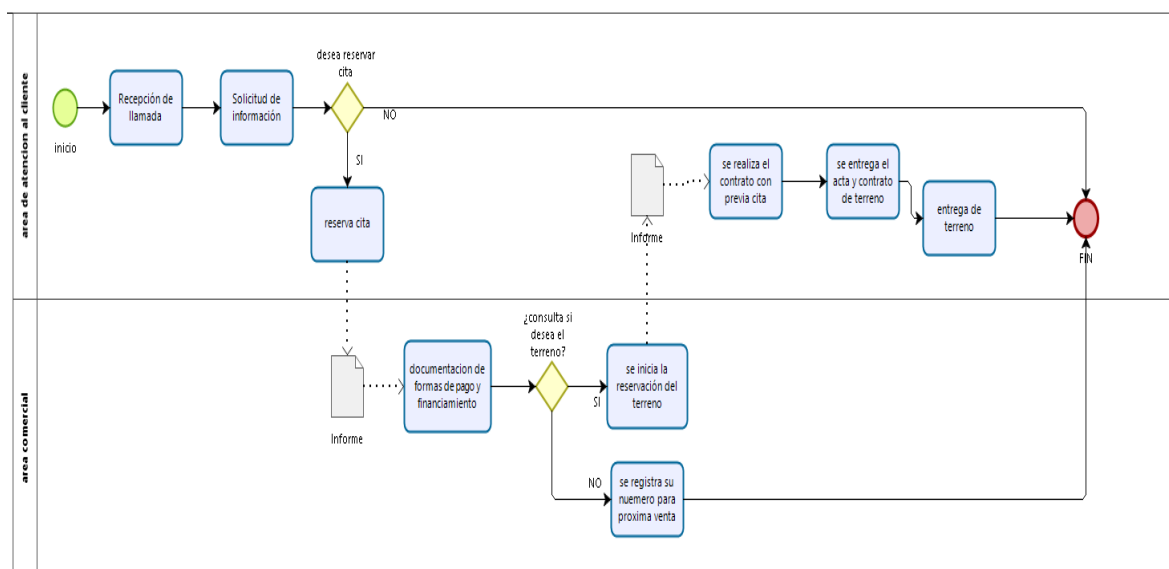
Tabla 2 Tipos de solicitudes de servicio

Tipos de servicios	
1	Servicio informativo
2	Servicio presencial

Fuente: Elaboración propia

a) Flujo de proceso por atención de servicio requerido

Figura 2 Flujo de proceso de adquisición de terreno actual



Fuente: Elaboración propia

Descripción del flujo de proceso:

- ❖ Asesor de venta, es la persona encargada de recepcionar y generar citas para la venta de los terrenos disponibles en la empresa.
- ❖ Reservación de cita, se realiza una documentación con datos proporcionados por el interesado en el terreno, y se envía al área comercial para enseñar el terreno de forma presencial.
- ❖ Área comercial, es la encargada de brindar información específica sobre el terreno de forma presencial, asimismo se encarga de realizar la reservación de dicho lote en el trance de que el comprador así lo quiera.
- ❖ Secretaria, recepciona la documentación de reservación y se pone en contacto con el interesado para poder realizar la documentación necesaria.
- ❖ Área de post venta, realizan la documentación especificando el acta y contrato del terreno, para así finalizar con la entrega del terreno.
- ❖ Conformidad del cliente, no hay ninguna observación por parte del cliente tampoco tiene observaciones o sugerencias del proceso.

b) Diagrama de actividades del servicio para la adquisición de un terreno

El actual diagrama de actividades del servicio del área de atención al cliente se describe a continuación.

Figura 3 Diagrama de actividades de proceso - Antes

DIAGRAMA DE ACTIVIDADES DE PROCESOS						
EMPRESA	INMOBILIARIA CONSTRUCTORA MAR VILLA SAC	ACTIVIDAD	SÍMBOLO	ACTUAL	PROPUESTO	OPTIMIZAR
ÁREA	ATENCIÓN AL CLIENTE	INICIO/ FIN	○			
PROCESO	ADQUISICIÓN DE TERRENO	PROCESO	□			
FECHA DE INICIO	15/07/2020	INFORME	📄			
FECHA DE FIN	15/07/2020					
JEFE DE PROYECTO						
ANALISTA		TOTAL		12		
MÉTODO	ACTUAL	TIEMPO		262		
APROBADO POR		REALIZADO POR				INVESTIGADORES
N°	DESCRIPCIÓN	TIEMPO (min)	SÍMBOLO			OBSERVACIONES
1	INICIO	0	○			
2	RECEPCIÓN DE LLAMADA	1	○			
3	SOLICITUD DE INFORMACIÓN	3	○			
4	RESERVACIÓN DE CITA	3	○			
5	ENVÍO DEL INFORME DEL CLIENTE INTERESADO AL ÁREA COMERCIAL	5	○			Toma de datos del cliente
6	DOCUMENTACIÓN DE FORMAS DE PAGO Y FINANCIAMIENTO	20	○			envío de documentos mediante WhatsApp
7	RESERVACIÓN DEL TERRENO	10	○			cotización del terreno
8	SE ENVÍA EL INFORME AL ÁREA DE POST VENTA	5	○			se realiza un recibo
9	SE REALIZA EL CONTRATO CON PREVIA CITA	180	○			enviar imagen sobre el recibo de reservación
10	ENTREGA DEL ACTA Y CONTRATO DE TERRENO	20	○			firma de documentos
11	ENTREGA DEL TERRENO	15	○			verificación de los datos por parte del cliente hacia la inmobiliaria
12	FIN	0	○			verificación de los linderos
TOTAL		262		2	8	2

Fuente: Elaboración propia

Pretest

Se elaboró el análisis del periodo pretest de la calidad de servicio dentro del área de atención al cliente en el periodo del mes de octubre del 2019 hasta marzo del 2020 obteniendo los siguientes datos en relación con la calidad de servicio actual mediante las fichas de formatos.

Tabla 3 Demanda de servicios

TABLA DE DEMANDA DE SERVICIOS								
ELABORADO POR		INVESTIGADORES						
PROCESO		ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE						
N°	NOMBRE	MZ	LE	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE ATENCIÓN (min)	FECHAS	OBSERVACIONES
1	ELMER TIRADO CABANILLAS	B	8	COSTA DORADA	pago de letras	11	07/10/2019	
2	ERIKSON F. BERNABE BOBADILLA	A	6	COSTA DORADA II	reprogramacion de pago	29	09/10/2019	atención inadecuada al cliente
3	ESPERANZA ARGUEDAS AVALOS	B	2	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	9	11/10/2019	
4	EVERSON SOLIS LEÓN RAMOS	B	4	COSTA DORADA	pago de consumo de servicio	7	13/10/2019	
5	DAMARIZ VASQUEZ PADILLA	D	5	COSTA DORADA II	recojo de letras pagadas	7	18/10/2019	
6	DAVID MACHACCA CHAMPI	A	8	COSTA DORADA	disponibilidad de terrenos	16	19/10/2019	
7	CAROLINA RUIZ VENEGAS	C	7	COSTA DORADA II	pago de letras	20	22/10/2019	
8	CECILIA ESTACIO SALAZAR	D	2	COSTA DORADA II	reprogramacion de pago	29	25/10/2019	demora del sistema y falta de comprensión
9	ADVIAS MERA YNGA	A	11	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	30	03/11/2019	demora en el uso del sistema
10	ALEJO DAVID MORENO PRINCIPE	C	14	LIRIO DEL VALLE	pago de consumo de servicio	7	08/11/2019	
11	CARLOS ESTARLI SUÑCIÓN	A	4	LIRIO DEL VALLE	recojo de letras pagadas	4	11/11/2019	
12	HECTOR SEGUNDO QUIROZ GIRON	B	5	COSTA DORADA	disponibilidad de terrenos	27	12/11/2019	no brindar información al instante
13	HILBER PAJARES COTRINA	C	3	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	27	18/11/2019	demora en el uso del sistema
14	HILDA CAYCHO ALVAREZ	C	13	COSTA DORADA II	reprogramacion de pago	12	22/11/2019	
15	HUGO GUSTAVO TORRES MORI	A	11	LIRIO DEL VALLE	pago de letras acumuladas	19	25/11/2019	
16	EZAQUEL DIONICIO EVARISTO	A	3	LIRIO DEL VALLE	pago de consumo de servicio	30	26/11/2019	quejas sobre alumbrado público y no daban una respuesta razonable
17	GILBER JUSTO LUJAN	A	7	COSTA DORADA	recojo de letras pagadas	22	07/12/2019	
18	KEILI YUDIT FLORES CHAVEZ	A	6	COSTA DORADA	disponibilidad de terrenos	24	09/12/2019	demora en brindar la información
19	GREGORIA MAURA QUIÑONES	A	15	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	19	11/12/2019	
20	DAVID MARINO FRETELARIAS	A	15	COSTA DORADA II	reprogramacion de pago	22	13/12/2019	
21	DORIS MARGARITA GARCIA RUIZ	A	5	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	5	17/12/2019	
22	GLORIA M. DE LA CRUZ	A	12	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	4	20/12/2019	
23	LILIANA ROXANA ESPIRITU PONCE	B	7	LIRIO DEL VALLE	recojo de letras pagadas	12	23/12/2019	
24	IVONNE GOMEZ SANTIAGO	C	16	COSTA DORADA II	disponibilidad de terrenos	26	27/12/2019	demora en brindar la información
25	JESUS PEREYRA MANRIQUE	A	8	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	12	03/01/2020	
26	JHOEL CAPCHA SANDOVAL	A	5	LIRIO DEL VALLE	reprogramacion de pago	19	05/01/2020	
27	JHONNY MURRUGARRA VASQUEZ	A	13	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	16	10/01/2020	
28	JOHN LUME PAITAN	A	10	LIRIO DEL VALLE	reprogramacion de pago	14	11/01/2020	
29	JOSE H. DELGADO VAZQUEZ	A	6	LIRIO DEL VALLE	pago de letras acumuladas	27	14/01/2020	demora en el uso del sistema y falta empatía
30	JOSE ISAAC REYNA TORRES	D	8	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	19	20/01/2020	
31	JUAN BRAVO QUINOÑEZ	B	12	COSTA DORADA	recojo de letras pagadas	27	07/02/2020	desorden en donde se acumulaban las letras y problemas en el canje de letras
32	JUAN WILDER CHAVEZ MARIN	D	12	COSTA DORADA II	disponibilidad de terrenos	19	10/02/2020	
33	LORENA ESCOBAR VALDIVIA	A	16	COSTA DORADA II	pago de letras	29	13/02/2020	problemas en cotización de dólar
34	MARIA DELGADO VAZQUEZ	C	3	COSTA DORADA II	reprogramacion de pago	15	14/02/2020	
35	JUANA HUAMAN ARGUEDAS	B	4	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	5	18/02/2020	
36	JULIA SANTIAGO MENDOZA	C	13	LIRIO DEL VALLE	pago de consumo de servicio	13	20/02/2020	
37	JULIO CESAR OLANO PAITAN	C	9	COSTA DORADA II	recojo de letras pagadas	8	26/02/2020	
38	MIGUEL ANGEL OLANO PAITAN	B	4	LIRIO DEL VALLE	disponibilidad de terrenos	12	05/03/2020	
39	MILAGROS EULOGIO MATAMORO	A	1	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	25	09/03/2020	demora en cotizar y falta de empatía
40	CESAR CAJUSOL MILLAN	B	7	COSTA DORADA	pago de letras	23	12/03/2020	fallas en el sistema en conseguir la base de datos
41	DALIA P. RAMOS VENTURA	B	11	COSTA DORADA	reprogramacion de pago	24	15/03/2020	falta de comprensión en la acumulación de intereses
42	OLIVER A. YBARRA TORRES	C	7	LIRIO DEL VALLE	pago de letras acumuladas	16	20/03/2020	
43	TELESFORO M. ESPEJO NUÑEZ	A	14	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	13	25/03/2020	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Cumplimiento de clientes - Antes

CUMPLIMIENTO DE CLIENTES							
ELABORADO POR:			Investigadores				
PROCESO:			servicio del área de atención al cliente			Área:	Atención al cliente
N°	AÑO	MES	N° DE CLIENTES NUEVOS	N° DE CLIENTES ESPERADOS	N° DE CLIENTES NO REGISTRADOS	FIABILIDAD	OBSERVACIONES
1	2019	OCTUBRE	14	22	8	0.64	
2		NOVIEMBRE	18	22	4	0.82	
3		DICIEMBRE	16	22	6	0.73	
4	2020	ENERO	15	22	7	0.68	
5		FEBRERO	12	22	10	0.55	
6		MARZO	10	22	12	0.45	
PROMEDIO			14.17	22	7.83	0.64	

Fuente: Elaboración propia

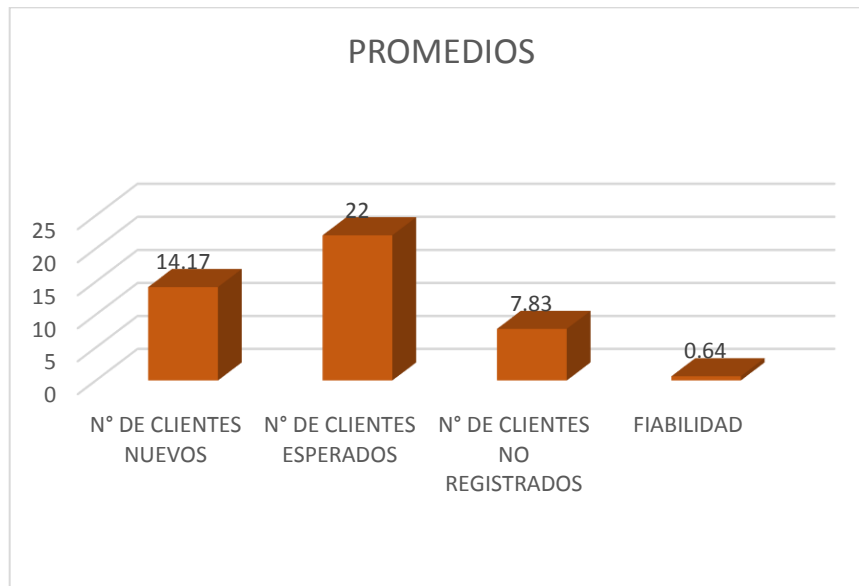
Con los datos obtenidos de la tabla de cumplimiento de clientes se muestra que durante los 6 meses se había planificado un promedio por mes de 22 clientes, no obstante, solo se lograron registrar un promedio de 14 clientes nuevos por mes, dejando así 8 clientes en promedio por mes no registrados de lo que se tenía planificado. Estos datos se recolectaron de la empresa con la Ficha de Datos (Ver Anexo 10).

Tabla 5 Promedio del cumplimiento de clientes previo a la implementación del Ciclo Deming

	PROMEDIOS
N° DE CLIENTES NUEVOS	14.17
N° DE CLIENTES ESPERADOS	22
N° DE CLIENTES NO REGISTRADOS	7.83
FIABILIDAD	0.64

Fuente: elaboración propia

Figura 4 Indicador del cumplimiento de clientes previo a la aplicación del Ciclo Deming



Fuente: Elaboración propia

Según la figura mostrada en lo analizado de 6 meses se puede verificar que existe un promedio de 7 de clientes por mes no registrados debido a diferentes factores que se detallaron en el Anexo 2, las causas del problema del área de atención al cliente, entre ellas existe un error humano para la ejecución de la demanda de atraer nuevos clientes. Como resultado del pre - test de la fiabilidad la empresa cuenta con un promedio de cumplimiento de servicio solamente del 64% al mes.

Fiabilidad antes: Para hallar la fiabilidad en el área de atención al cliente en los 6 meses analizados con una población de 85 clientes nuevos, se utilizará la siguiente fórmula para hallar el indicador de la fiabilidad.

$$\text{Fiabilidad} = \left(\frac{\text{Clientes Nuevos}}{\text{Clientes Planificados}} \right) \times 100\%$$

Tabla 6 cumplimiento de servicio – Antes

CUMPLIMIENTO DE SERVICIOS							
ELABORADO POR:		Investigadores					
PROCESO:		servicio del área de atención al cliente				Área:	Atención al cliente
N°	AÑO	MES	N° DE QUEJAS REALIZADAS	N° DE QUEJAS PROYECTADAS	N° DE QUEJAS NO ESPERADAS	N° SATISFACCION AL CLIENTE	OBSERVACIONES
1	2019	OCTUBRE	4	4	0	0	
2		NOVIEMBRE	2	4	2	0.5	
3		DICIEMBRE	3	4	1	0.25	
4	2020	ENERO	3	4	1	0.25	
5		FEBRERO	3	4	1	0.25	
6		MARZO	2	4	2	0.5	
PROMEDIO			2.83	4	1.17	0.29	

Fuente: Elaboración propia

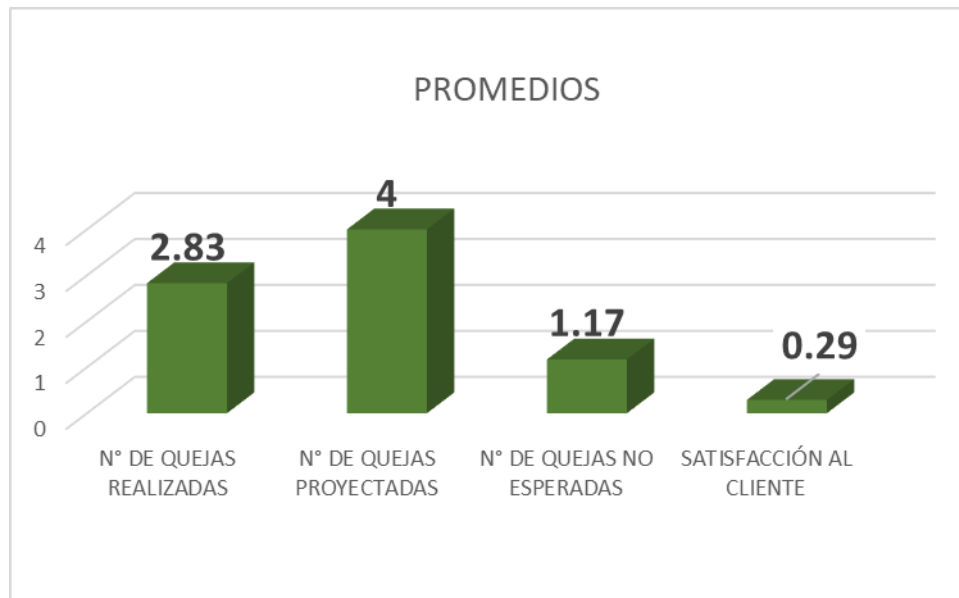
Con la información obtenida de la tabla de cumplimiento de servicio se muestra que en los meses de octubre - diciembre del 2019 y los meses de Enero – Marzo del 2020, las quejas proyectadas por promedio son 4 y por lo contrario llegaron a tener una cantidad de 17 quejas que viene hacer en promedio 2.83 quejas por mes. Como resultado del pretest de la satisfacción del cliente la empresa se encuentra con un porcentaje de satisfacción total de 29%.

Tabla 7 Promedio de cumplimiento de servicio previo a la aplicación del Ciclo Deming

	PROMEDIOS
N° DE QUEJAS REALIZADAS	2.83
N° DE QUEJAS PROYECTADAS	4
N° DE QUEJAS NO ESPERADAS	1.17
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	0.29

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 Indicador del cumplimiento del servicio previo a la implementación del Ciclo Deming



Fuente: Elaboración propia

Según la figura mostrada se puede verificar que existe un promedio de 1 queja no esperada debido a diferentes factores que se detallaron en el Anexo 2, las causas del problema del área de atención al cliente, entre ellas existe carencia de capacitación al personal encargado de atención al cliente, siendo este un detalle muy importante que no se tomó en cuenta para la satisfacción completa de ello.

Con lo anterior, se puede llegar a los siguientes resultados obtenidos sobre la fiabilidad, satisfacción al cliente y la calidad de servicio actual en el área de atención del cliente previo a la aplicación del Ciclo de Deming.

Satisfacción al cliente antes: Para hallar la satisfacción al cliente en el área de atención al cliente en los 6 meses con una cantidad de 17 quejas realizadas, se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Satisfacción al cliente} = \left(1 - \left(\frac{\text{Quejas Realizadas}}{\text{Quejas Esperadas}}\right)\right) \times 100\%$$

Tabla 8 Calidad de servicio– Antes

CALIDAD DE SERVICIO				
AÑO	Mes	Fiabilidad	Satisfacción del cliente	Calidad de servicio
2019	Octubre	0.64	0	0.0
	Noviembre	0.82	0.5	0.4
	Diciembre	0.73	0.25	0.2
2020	Enero	0.68	0.25	0.2
	Febrero	0.55	0.25	0.1
	Marzo	0.45	0.5	0.2
promedio		0.64	0.29	0.19

Fuente: Elaboración propia

Calidad de servicio antes: Con los promedios mensuales anteriormente obtenidos de la fiabilidad y de la satisfacción al cliente antes, se procederá hallar el promedio de la calidad de servicio del área de atención al cliente, por consiguiente, se utilizará la siguiente fórmula para hallar el indicador de la calidad del servicio:

$$\text{Calidad de servicio} = \left(\frac{\text{Clientes Nuevos}}{\text{Clientes Planificados}} \right) \times 100\% * \left(1 - \left(\frac{\text{Quejas Realizadas}}{\text{Quejas Esperadas}} \right) \right) \times 100\%$$

Resumen de la calidad de servicio, fiabilidad y satisfacción al cliente – Antes:

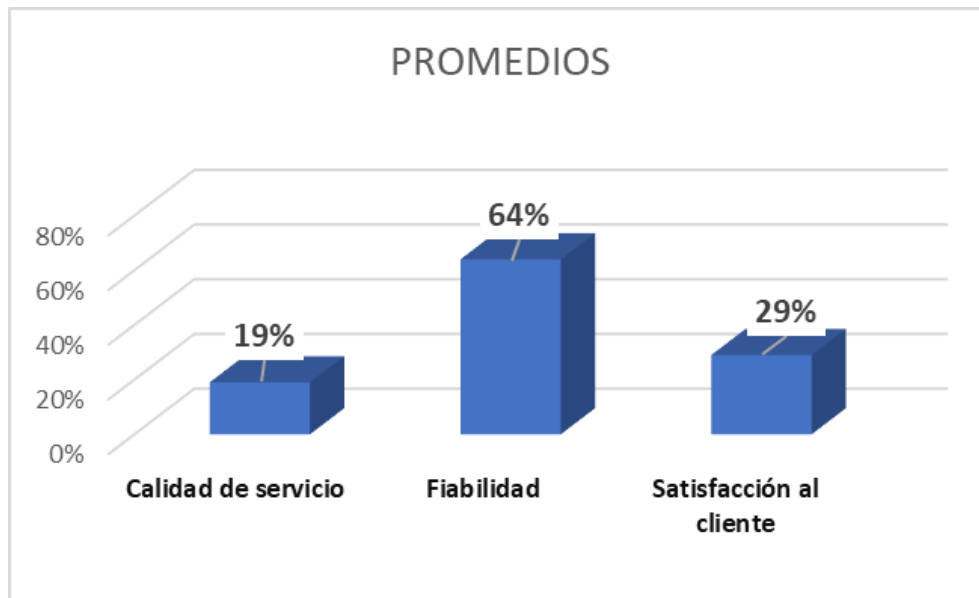
Con las tablas anteriormente analizadas y calculadas para el promedio de la calidad de servicio, fiabilidad y satisfacción al cliente a continuación se presenta la siguiente tabla del resumen con su porcentaje correspondiente:

Tabla 9 Promedios de la Calidad de servicio, Fiabilidad Y Satisfacción al cliente - Antes

	%
Calidad de servicio	19%
Fiabilidad	64%
Satisfacción al cliente	29%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 Porcentajes de la calidad de servicio, Fiabilidad y Satisfacción del cliente - Antes



Fuente: Elaboración propia

Esta Figura significa que el promedio de los 6 meses calculados de la calidad de servicio es 19% que significa que en la empresa hay clientes que aún no aceptan nuestros servicios por la mala calidad de atención que se les da a los nuevos clientes y por ende no adquieren un terreno. Por otro lado, se analizó que los socios de la empresa no cuentan con la satisfacción completa ya que el personal es grosero y no solucionan con facilidad sus problemas. De acuerdo con lo analizado la baja calidad de servicio abarca un problema para el área de atención al cliente que lo refleja en la necesidad de aplicar la metodología del Ciclo Deming como mejora continua a los procesos de la empresa.

3.5.2 Propuesta de mejora

Como respuesta para la mejora, se va a plantear actividades a ejecutar con la metodología del Ciclo Deming dentro de la empresa para mejorar la problemática en el área de atención al cliente, ya que se tiene como objetivo principal reducir las quejas analizadas y atraer más clientes, que son las posibles causas principales del problema, mediante estrategias planteadas. Asimismo, la siguiente tabla muestra las respuestas que se van a plantear en cada una de las 4 fases del Ciclo Deming: Planear, Desarrollar, controlar y Actuar para mejorar la calidad de servicio.

Tabla 10 Actividades de propuesta de mejora

FASE	N°	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
PLANEAR	1	Levantamiento de información	Analizar el estado actual del área de atención al
	2	Análisis de información	Analizar los procesos que necesitan mejora en el área de atención al cliente.
	3	Planteamiento de mejora	Planear reunión con el Gerente de la empresa (Raimundo Quiroz).
	4	Definir los objetivos	Definir los objetivos en coordinación con el jefe de área (Maria Flores).
	5	Capacitación del personal	Plantear el tipo de capacitación.
DESARROLLAR	6	Coordinación con el gerente	Reunión con el Gerente.
	7	Desarrollo de las actividades planteadas	*Mejorar el diagrama de procesos de atención al cliente. *Reuniones con los colaboradores. *Ejecutar las capacitaciones en conjunto con el jefe de área. *Analizar los resultados de la capacitación. *Realizar un check lits.
	8	Elaboración del manual de servicio	Documentar un manual para atender correctamente al cliente.
	9	Realizar cambios si es necesario	Realizar cambios para la mejora de sus procesos después de observar sus actividades actuales.
CONTROLAR	10	Seguimiento y control	Seguimiento a las actividades que son ejecutadas en el área de atención al cliente.
	11	Evaluación de desempeño	Observar las mejoras en el tiempo de atención al cliente.
	12	Análisis de resultados	Realizar un cuadro comparativo del antes y después.
ACTUAR	13	Mejoramiento y control	Después de analizar (análisis de resultado), sugerir mejoras de los procesos y método de control.
	14	Eliminar no conformidades	Eliminar procesos o actividades que no son necesarios para la mejora en el área de atención al cliente.
	15	Estandarización de solución	Determinación exacta de solución.
	16	Recomendación	Motivación y participación de los colaboradores.
	17	Documentar resultados correctivos de mejora	Documentar resultados eficaces para la mejora continua.

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de propuesta de mejora

Para realizar el desarrollo de actividades que se especificó en cada una de las cuatro fases de la implementación del ciclo Deming, se tendrá en cuenta el siguiente presupuesto. Donde estará incluido todos los materiales que se van a utilizar y la mano de obra necesaria para una implementación correcta.

Tabla 11 Presupuesto de la propuesta de mejora

RECURSOS DE MANO DE OBRA	
Descripción	Costo
Capacitación del colaborador	S/ 600.00
Documentación del manual de mejora continua	S/ 450.00
Realizar un checklist	S/ 200.00
Análisis de resultados de la capacitación	S/ 500.00
Reformular el flujograma	S/ 300.00
Sub total	S/ 2,050.00
RECURSOS MATERIALES	
Descripción	Costo
Hojas	S/ 15.00
Memoria usb	S/ 20.00
Lapiceros	S/ 5.00
Mobilidad	S/ 20.00
Archivador	S/ 10.00
Plataforma zoom	S/ 55.00
Sub total	S/ 125.00
RESUMEN DEL PRESUPUESTO	
Descripción	Costo
Recursos de mano de obra	S/ 2,050.00
Recursos de materiales	S/ 125.00
Total	S/ 2,175.00

Fuente: Elaboración propia

Cronograma de la propuesta de mejora

Tabla 12 Cronograma de la propuesta de mejora

N°	Actividades	Julio				Agosto				setiembre
		1 semana	2 semana	3 semana	4 semana	1 semana	2 semana	3 semana	4 semana	1 semana
Planear										
1	Levantamiento de información									
2	Análisis de información									
3	Planteamiento de mejora									
4	Definir los objetivos									
5	Capacitación del personal									
Desarrollar										
6	Coordinación con el gerente									
7	Desarrollo de las actividades planteadas									
8	Elaboración del manual de servicio									
9	Realizar cambios si es necesario									
Controlar										
10	Seguimiento y control									
11	Evaluación de desempeño									
12	Análisis de resultados									
Actuar										
13	Mejoramiento y control									
14	Eliminar no conformidades									
15	Estandarización de solución									
16	Recomendación									
17	Documentar resultados correctivos de mejora									

Fuente: Elaboración propia

3.5.2.1 Desarrollo del plan de mejora

Fase Planear

En la primera etapa de la aplicación del ciclo Deming se buscó indagar las causas principales identificadas en nuestra herramienta de causa – efecto para así reducirlas, ya que genera problemas en el área de atención al cliente y para mejorar dicha problemática se propuso la siguiente alternativa de solución a la empresa.

Tabla 13 Actividades de la fase Planear

FASE	N°	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
PLANEAR	1	Levantamiento de información	Analizar el estado actual del área de atención al cliente.
	2	Análisis de información	Analizar los procesos que necesitan mejora en el área de atención al cliente.
	3	Planteamiento de mejora	Planear reunión con el Gerente de la empresa (Raimundo Quiroz).
	4	Definir los objetivos	Definir los objetivos en coordinación con el jefe de área (Maria Flores).
	5	Capacitación del personal	Plantear el tipo de capacitación.

Fuente: Elaboración propia

Levantamiento de información:

Se analizó la información recolectada del área de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa los cual nos sirvió para reconocer el estado actual de los procesos que maneja dicho espacio de trabajo. Con dicha información obtenida por el gerente de la compañía, se pasó a reformular el diagrama de flujo y así detectar qué actividades generaron un tiempo muerto o retraso en el área de atención al cliente.

Análisis de información:

Luego de graficar el diagrama de actividades del estado actual de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa, se pasó a examinar las actividades que se deben aumentar o retirar del proceso, ya que esto ayudó a mejorar las actividades que realizaron y dicho procedimiento generó un óptimo rendimiento por parte de los colaboradores.

Planteamiento de mejora:

Con la acción de eliminar, aumentar las actividades o mejorar las actividades del área de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio, se requirió de actividades de mejora para la empresa para de esa manera alcanzar el objetivo de estudio. Para ello, se realizó el planteamiento de tareas con base a las causas que

generan dicha problemática y así poder tomar medidas, estas causas principales según el diagrama Pareto (Ver Anexo 3) son los siguientes:

Tabla 14 Principales causas del área de atención al cliente

C1	El personal de post - venta no sabe cómo solucionar los problemas del cliente.
C2	El personal de centro de contacto con el cliente es grosero o no tiene actitud de servicio.
C3	El personal no alcanza las metas planificadas
C4	Problemas con el uso del programa Kardex

Fuente: Elaboración propia

Para disminuir las causas principales de la baja calidad de servicio en el área de atención al cliente, para ello se propuso lo siguiente.

- Programar capacitaciones en coordinación con el jefe de área.
- Impulsar las metas a alcanzar mensualmente.
- Impulsar la proactividad a los colaboradores.
- Capacitar y seguimiento al personal en el uso del programa Kardex

Tabla 15 Tarea de mejora para cada causa principal del problema

TAREA DE MEJORA	Nº CAUSA
Programar capacitaciones en coordinación con el jefe de área	C1
Impulsar las metas a alcanzar mensualmente	C2
Impulsar la proactividad a los colaboradores	C3
Capacitar y seguimiento al personal en el uso del programa Kardex	C4

Fuente: Elaboración propia

Capacitación del personal de área de atención al cliente:

La capacitación se realizó el día jueves 09 de Julio con el permiso del Gerente General y en coordinación con el jefe de área en el horario de 9:00 am. A las 9:40 am. Informando al personal presente de dicha área sobre la metodología que se va a desarrollar.

Para la inducción del tema se tuvo en cuenta los siguientes puntos:

Tabla 16 Temario de la capacitación al personal

TEMAS	TIEMPO
Dictar objetivos	7 min
Metodología del Ciclo Deming	18 min
Propuesta mejora	15 min
TOTAL	40 min

Fuente: Elaboración propia

Imagen 3 Hoja de asistencia de la capacitación

TEMA	Inducción del Ciclo Deming		
FECHA	09/07/20	HORA	9:00 am
LUGAR	Sala de reunión		
ENCARGADO	María Flores Villanueva		
N°	NOMBRE	FIRMA	
1	Mayorie Pierina Laban Huayama		
2	Mayra Rodríguez Flores		
3	Sandra Zapata Jorjago		
4	María Flores Villanueva		

Raúl Andrés Muñoz Marreros
 GERENTE GENERAL

Fuente: Elaboración propia

Fase Desarrollar

En esta fase se realizó las actividades que se han planteado en el proceso anterior, así como la reunión que se realizó para plantear cambios necesarios para la mejora de la atención al cliente.

A continuación, se tiene las siguientes actividades:

Tabla 17 Actividades de la fase Desarrollar

FASE	N°	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
DESARROLLAR	6	Coordinación con el gerente	Reunión con el Gerente.
	7	Desarrollo de las actividades planteadas	*Mejorar el diagrama de procesos de atención al cliente. *Reuniones con los colaboradores. *Ejecutar las capacitaciones en conjunto con el jefe de área. *Analizar los resultados de la capacitación. *Realizar un check lits.
	8	Elaboración del manual de servicio	Documentar un manual para atender correctamente al cliente.
	9	Realizar cambios si es necesario	Realizar cambios para la mejora de sus procesos después de observar sus actividades actuales.

Fuente: Elaboración propia

Coordinación con el Gerente

Se realizó la reunión con el gerente general, a quién se le explicó las causas principales que están generando problemas en la calidad de servicio en el área de atención al cliente que han sido detectados mediante el estudio realizado, dando los conocimientos de mejora planteadas para minimizar estos factores y hacer mejoras en la calidad de servicio.

Imagen 4 Coordinación con el Gerente General



Fuente: Servicio de videoconferencia zoom

Desarrollo de las actividades planteadas

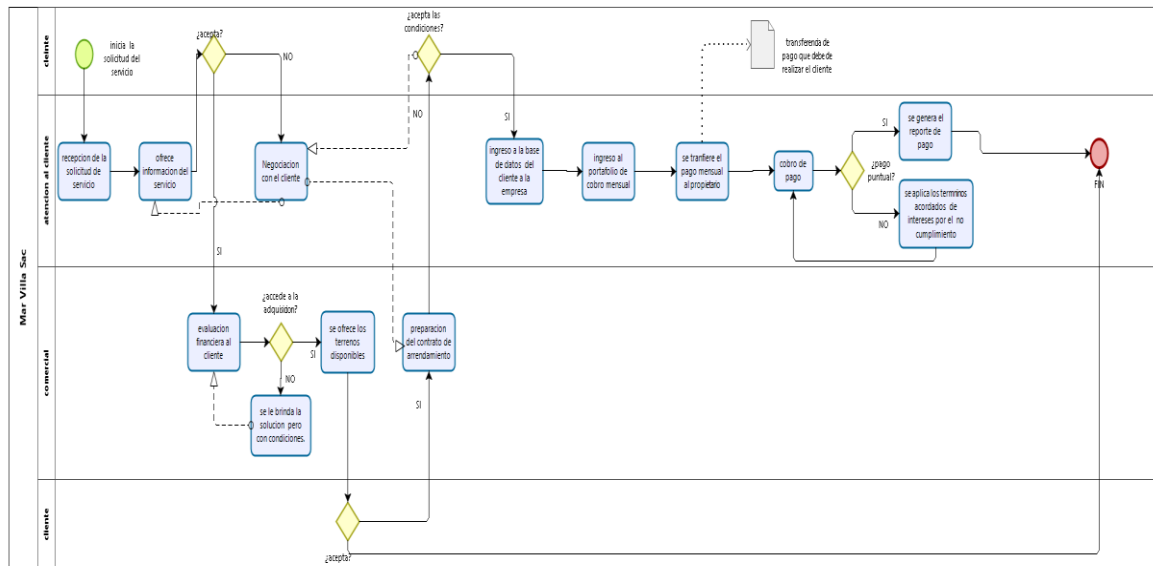
En este proceso se detalló las actividades de mejora que se planteó en la primera fase que es Planear:

❖ **Mejorar el diagrama de procesos de atención al cliente:**

El diagrama de procesos que la inmobiliaria presenta actualmente se analizó que no se toma en cuenta la decisión y proceso incluido del cliente, donde se puede identificar que el cliente también tiene que formar parte del diagrama de procesos para la adquisición de terreno para el buen funcionamiento e identificación correcta de las áreas. Este flujograma de procesos que la empresa presenta actualmente se visualiza en la Figura 2.

A continuación, se presenta el flujograma propuesto mejorado:

Figura 7 Flujo de proceso de adquisición de terreno - Mejorado



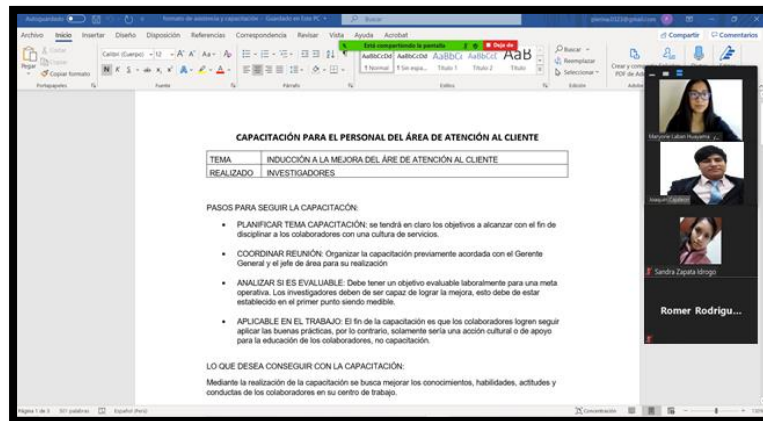
Fuente: Elaboración propia

❖ **Reuniones con los colaboradores:**

Los colaboradores de la inmobiliaria muchas veces no sabían cómo brindar soluciones inmediatas a los clientes, ya que no tenían en claro las funcionalidades que desea tener un servicio de calidad y de esta manera satisfacer al cliente, ya que el servicio previo que se realiza no genera satisfacción completa o no cubre las expectativas del cliente.

Para evitar estos problemas se realizó reuniones con los colaboradores para dictar unas normas que respaldan al cliente y por ende se requiere cubrir sus expectativas al solicitar ellos nuestro servicio. La reunión fue previamente coordinada con la jefe de área encargada, mediante correo electrónico, del cual se confirmó la reunión llevándolo a cabo. Al final de la reunión se documentó las normas que respaldan al cliente, con esto se pretendió dejar en claro que lo principal de que la inmobiliaria genere conformidad con el cliente es siempre poderles brindar solución mediante disciplina adecuada de los colaboradores para generar satisfacción en ellos y mejorar el área afectada.

Imagen 5 Reunión virtual con los colaboradores



Fuente: Servicio de videoconferencia zoom

❖ **Ejecutar las capacitaciones en conjunto con el jefe de área:**

Con previa coordinación con el Gerente General de la inmobiliaria se llevó a cabo las capacitaciones de mejora con el fin de lograr cultura de servicio.

Lo que se pretende mejorar con las capacitaciones son los conocimientos, habilidades, actitudes y principalmente en este caso la conducta de los colaboradores en el área de atención al cliente.

Imagen 6 Hoja de capacitación para el área de atención al cliente

CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

TEMA	INDUCCIÓN A LA MEJORA DEL ÁRE DE ATENCIÓN AL CLIENTE
REALIZADO	INVESTIGADORES

PASOS PARA SEGUIR LA CAPACITACIÓN:

- **PLANIFICAR TEMA CAPACITACIÓN:** se tendrá en claro los objetivos a alcanzar con el fin de disciplinar a los colaboradores con una cultura de servicios.
- **COORDINAR REUNIÓN:** Organizar la capacitación previamente acordada con el Gerente General y el jefe de área para su realización
- **ANALIZAR SI ES EVALUABLE:** Debe tener un objetivo evaluable laboralmente para una meta operativa. Los investigadores deben de ser capaz de lograr la mejora, esto debe de estar establecido en el primer punto siendo medible.
- **APLICABLE EN EL TRABAJO:** El fin de la capacitación es que los colaboradores logren seguir aplicar las buenas prácticas, por lo contrario, solamente sería una acción cultural o de apoyo para la educación de los colaboradores, no capacitación.

LO QUE DESEA CONSEGUIR CON LA CAPACITACIÓN:
Mediante la realización de la capacitación se busca mejorar los conocimientos, habilidades, actitudes y conductas de los colaboradores en su centro de trabajo.

- **HABILIDAD:** Facilidad de los colaboradores al realizar una tarea generando eficiencia reduciendo costo y tiempo.
- **ACTITUDES:** aspectos emocionales que manejan la conducta, dónde se debe manejar los criterios de juicio.
- **CONDUCTA:** Es la forma de como el colaborador actúa y se relaciona con los clientes, en este punto no se evalúan las causas de las conductas, por lo contrario, se busca modificar conductas ante situaciones concretas.

FINALIDAD DE LA CAPACITACIÓN:

- ✓ Buscar perfeccionar a los colaboradores en su área de labor.
- ✓ Satisfacer las necesidades de la Inmobiliaria.
- ✓ Generar un proceso estructurado con metas claras y definidas.
- ✓ Generar cultura y disciplina en los colaboradores.

Fuente: Elaboración propia

Imagen 7 Entrega del documento a los colaboradores



Fuente: Elaboración propia

❖ **Analizar los resultados de la capacitación:**

Después de la realización de la capacitación se procedió a analizar los resultados de los colaboradores que recibieron la capacitación, para luego verificar si se está consiguiendo resultados óptimos y posteriormente realizar un seguimiento para la mejora en el área de atención al cliente.

Imagen 8 Encuesta para analizar los resultados de la capacitación

ENCUESTA PARA ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LA CAPACITACIÓN

Estimados colaboradores de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, agradecemos su participación en la capacitación que acaba de culminar, por lo tanto, le solicitamos evaluar los siguientes aspectos escritos en la tabla que encontrará a continuación:

Donde 4 es Excelente, 3 bueno, 2 Regular y 1 Malo.

¿Se cumplió con el objetivo definido para la capacitación?

Si No

ASPECTOS DE LA CAPACITACIÓN	1 MALO	2 REGULAR	3 BUENO	4 EXCELENTE
Contenido de lo expuesto			X	
Aplicabilidad del tema en su actividad laboral				X
Cumplimiento del tema programado				X
Duración adecuada del evento			X	
ASPECTOS DE LOS EXPOSITORES				
Domnio del tema				X
Claridad al expresarse			X	
Estimula la participación e intercambio de ideas				X
Efectividad en las respuestas				X

Sugerencias:

Fuente: Elaboración propia

❖ Realizar un Checklist

Se realizó un checklist para verificar si realizó el cumplimiento de las actividades propuestas y ver cuáles son las que nos faltan terminar según la Tabla 15. A continuación se muestra qué actividades se han realizado correctamente:

Tabla 18 Checklist de cumplimiento de las actividades propuestas

N°	ACTIVIDADES	¿SE CUMPLIÓ?	
		SI	NO
1	Levantamiento de información	✓	
2	Análisis de información	✓	
3	Planteamiento de mejora	✓	
4	Definir los objetivos	✓	
5	Capacitación del personal	✓	
6	Coordinación con el gerente	✓	
7	Desarrollo de las actividades planteadas	✓	
8	Elaboración del manual de servicio	✓	
9	Realizar cambios si es necesario	✓	
10	Seguimiento y control		✓
11	Evaluación de desempeño		✓
12	Análisis de resultados		✓
13	Mejoramiento y control		✓
14	Eliminar no conformidades		✓
15	Estandarización de solución		✓
16	Recomendación		✓
17	Documentar resultados correctivos de mejora		✓
TOTAL		9	8

Fuente: Elaboración propia

Elaboración del Manual de servicio:

Se diseñó un manual de los pasos que deberían seguir para la atención del cliente en la inmobiliaria, con este manual se desea informar a los colaboradores del área de atención al cliente los pasos y orden que deben seguir con las formas adecuadas y saber qué proceso sigue después de otro y lograr que los colaboradores sean más eficientes. La finalidad de este manual también es que los próximos entrantes mantengan el mismo ritmo de crecimiento y mejora de la inmobiliaria. (Ver Anexo 11)

Realizar cambios si es necesario:

La inmobiliaria constructora Mar Villa SAC tenía un diagrama de procesos de lo cual no tenía especificado el área dónde el cliente participaba, por lo general tenía especificado solamente el área de atención al cliente y el área de comercialización que se verifica en el DAP de la Figura 3.

Se elaboró un diagrama de actividades de mejora para la adquisición de un terreno, en esta tabla se pudo identificar que existe una duración de aproximadamente 5 horas en el flujo completo para la adquisición de un terreno, logrando incluir el proceso del cliente. A continuación, se presentará un DAP mejorado incluyendo en el proceso al cliente:

Figura 8 Diagrama de actividades de proceso – Después

DIAGRAMA DE ACTIVIDADES DE PROCESOS							
EMPRESA	INMOBILIARIA CONSTRUCTORA MAR VILLA SAC	ACTIVIDAD	SÍMBOLO	ACTUAL	PROPUESTO	OPTIMIZAR	
AREA	ATENCIÓN AL CLIENTE	INICIO/ FIN	○	2	3	1	
PROCESO	ADQUISICIÓN DE TERRENO	PROCESO	□	8	11	3	
FECHA DE INICIO	5/08/2020	INFORME	□	2	1	-1	
FECHA DE FIN	5/08/2020	DECISIÓN	◇		7	7	
JEFE DE PROYECTO		TOTAL		12	22	10	
ANALISTA		TIEMPO		304			
MÉTODO	ACTUAL	REALIZADO POR					
APROBADO POR		INVESTIGADORES					
N*	DESCRIPCIÓN	TIEMPO (min)	SÍMBOLO				OBSERVACIONES
1	INICIO CON LA SOLICITUD DEL SERVICIO	0	○	□	◇	□	
2	RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD DEL SERVICIO	2					
3	OFRECER INFORMACIÓN DEL SERVICIO	5					
4	DECISIÓN DE ACEPTAR EL SERVICIO	2					
5	SI ACEPTA, SE LE REALIZA LA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL CLIENTE	5					
6	NO ACEPTA, SE HACE NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE	5					
7	ESTA APTO, SE LE OFRECE LOS TERRENOS	7					
8	NO APTO, SE LE BRINDA UNA SOLUCIÓN CON CONDICIONES	5					Las condiciones son referentes al incumplimiento de las cuotas.
9	SE OFRECE LOS TERRENOS DISPONIBLES	5					
10	ACEPTA LOS TERRENOS DISPONIBLES	7					
11	NO ACEPTA, O NO LE GUSTA LA UBICACIÓN DE LOS TERRENOS, ETC.	3					Punto crítico, ya que no interviene el beneficio que se le ofrece, pues al cliente no le gusta la ubicación
12	PREPARACIÓN DE CONTRATO ARRENDAMIENTO	15					
13	ACEPTA LAS CONDICIONES (CONTRATO)	180					
14	NO ACEPTA, SE NEGOCIA CON EL CLIENTE	10					Está dirigido mayormente en la tasa de interés y aplazamiento de letras que se desean pagar.
15	INGRESAR A LA BASE DE DATOS DE LA EMPRESA AL CLIENTE	15					El personal debe de tener cuidado al momento de crear la carpeta correspondiente al nuevo cliente.
16	INGRESO AL PORTAFOLIO DE COBRO MENSUAL	10					
17	SE TRANSFIERE EL PAGO MENSUAL AL PROPIETARIO	15					
18	EMISIÓN DE DOCUMENTO DE PAGO	2					Emitir el documento virtual cuando vence las cuotas mensuales.
19	COBRO DE PAGOS	3					
20	SI EL PAGO ES PUNTUAL, SE GENERA EL REPORTE DE PAGO	3					
21	SI EL PAGO NO ES PUNTUAL, SE APLICA INTERESES DE INCUMPLIMIENTO	5					
22	FIN	0					
TOTAL		304	3	11	7	1	
TIEMPO ÓPTIMO		276					

Fuente: Elaboración propia

Fase Controlar

En esta fase se buscó controlar y mantener las actividades de mejoras desarrolladas en la etapa anterior, de tal manera que se planteó las siguientes propuestas de control:

Tabla 19 Actividades de la fase Controlar

FASE	N°	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
CONTROLAR	10	Seguimiento y control	Seguimiento a las actividades que son ejecutadas en el área de atención al cliente.
	11	Evaluación de desempeño	Observar las mejoras en el tiempo de atención al cliente.
	12	Análisis de resultados	Realizar un cuadro comparativo del antes y después.

Fuente: Elaboración propia

Seguimiento y control

Para esta actividad se desarrolló en Trello un control de actividades que tenían que cumplirse en un determinado tiempo para poder realizar un control sobre el planteamiento de las actividades realizadas. (Ver Anexo 12)

Imagen 9 control de actividades en Trello



Fuente: Elaboración propia

Evaluación de desempeño

Para el control de esta actividad se tomó en referencia el diagrama de procesos de actividades del antes (12 actividades, Figura 3) y después (22 actividades, Figura 8) con un tiempo de 263 minutos y 276 minutos respectivamente. Se puede observar un aumento de tiempo y actividades debido a que en esta ocasión se mejoró el flujo de proceso de atención al cliente incluyendo en el diagrama al cliente

en el proceso. No obstante, se puede observar un mayor control de las actividades que se deben de realizar para tener un tiempo óptimo al momento de realizar la atención a los nuevos clientes.

Análisis de resultados

Para el análisis de resultado de resultado se realizó un cuadro de comparación de un antes y un después. El antes eran las causas principales de la inmobiliaria (Ver Anexo 3) y los resultados después fueron de las capacitaciones y mejoras de procesos brindadas a la inmobiliaria.

Tabla 20 Cuadro comparativo de resultados

Antes	Después
El personal de post - venta no sabe cómo solucionar los problemas del cliente.	Personal capacitado para el buen manejo de atención al cliente.
El personal de centro de contacto con el cliente es grosero o no tiene actitud de servicio.	Personal informado sobre el uso del manual de cómo debe de actuar ante solicitudes de los clientes en forma presencial o por llamada.
El personal no alcanza las metas planificadas	Cumple con las expectativas laborales y están comprometidos con la empresa.
Problemas con el uso del programa Kardex	Personal capacitado con el uso del programa Kardex, reduciendo tiempos y costos.

Fuente: Elaboración propia

Fase Actuar

En esta última fase de la aplicación del ciclo Deming se realizó acciones correctivas documentando los resultados eficaces para la mejora continua, para lo cual se propuso las siguientes actividades:

Tabla 21 Actividades de la fase Actuar

FASE	N°	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
ACTUAR	13	Mejoramiento y control	Después de analizar (análisis de resultado), sugerir mejoras de los procesos y método de control.
	14	Eliminar no conformidades	Eliminar procesos o actividades que no son necesarios para la mejora en el área de atención al cliente.
	15	Estandarización de solución	Determinación exacta de solución.
	16	Recomendación	Motivación y participación de los colaboradores.
	17	Documentar resultados correctivos de mejora	Documentar resultados eficaces para la mejora continua.

Fuente: Elaboración propia

Mejoramiento y control

En este proceso después del desarrollo de las actividades planteadas y la optimización de procesos se sugiere un análisis con el programa “Power BI”, para la toma de decisiones de acuerdo con los resultados obtenidos en el análisis posttest de dicha investigación esto sirvió de base para poder proyectar nuevos resultados de acuerdo con los datos que se obtuvieron en el área de atención al cliente para así seguir una línea de mejora continua con reajustes en las actividades de mejora.

Eliminar no conformidades

Esta actividad se basó en eliminar actividades planteadas en la fase de desarrollo que generaron tiempo y costo para la empresa, no obstante, aún no se puede tomar una decisión de eliminación porque faltan datos por analizar, asimismo en la figura N°3 y N°8 se incrementó actividades para optimizar la calidad de servicio. Pero como sugerencia se puede disminuir el tiempo en la aceptación de contratos establecidos si se modifican o brindan información a los nuevos clientes de que términos vendrán en dicho contrato.

Estandarización de resultados

En base a lo propuesto para hacer mejoras en la calidad de servicio se implementaron actividades de mejora, asimismo un manual de atención al cliente. Estos procesos ayudan a la organización a que se pueda seguir una línea para reducir la problemática. Estos resultados fueron visualizados en el análisis del posttest donde se observó cómo empeora o mejora dicha problemática con las actividades planteadas.

Recomendaciones

Se recomienda al gerente general la implementación de talento humano, para el desarrollo profesional y personal de los colaboradores, con la escucha de propuestas o mejoras para el funcionamiento integral interno de la empresa Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Documentar los resultados de mejora

Este trabajo de investigación fue realizado con propuestas de mejora y procesos optimizados para la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC. Con la finalidad de dar solución a la problemática que más afecta al buen funcionamiento interno de la empresa de una manera sistemática. De los cuales, se documentaron el manual de atención al cliente, mejora de diagrama de procesos donde se involucró la participación del cliente, capacitación del personal, se implementó un seguimiento de actividades cumplidas y se sugirió el uso del programa "Power BI" para la buena toma de decisiones. Todo esto se va a documentar para la retroalimentación de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Postest

Después de implementar las actividades de mejora se realizó el análisis del periodo postest observando cómo se modificó en el área de atención al cliente en el periodo de 4 meses desde julio a octubre, dicho análisis dio como resultado lo siguiente con relación a la satisfacción del cliente:

Tabla 22 Demanda de servicios – Después

TABLA DE DEMANDA DE SERVICIOS								
ELABORADO POR		INVESTIGADORES						
PROCESO		ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE						
N°	NOMBRE	MZ	LT	PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE ATENCIÓN (min)	FECHAS	OBSERVACIONES
1	SALLY ALVAREZ MAYNAS				disponibilidad de terrenos	5	24/08/2020	
2	DAMARIZ VASQUEZ PADILLA	A	9	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	10	24/08/2020	
3	ADVIAS MERA YNGA	B	3	COSTA DORADA	reprogramación de pago	16	25/08/2020	
4	ALEJO DAVID MORENO PRINCIPE	B	14	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	17	25/08/2020	
5	CARLOS ESTARLI SUNCIÓN	D	16	LIRIO DEL VALLE	pago de consumo de servicio	16	26/08/2020	
6	JOHN LUME PAITAN	A	11	LIRIO DEL VALLE	recojo de letras pagadas	8	26/08/2020	
7	ROSA MALDONADO HURANCA				disponibilidad de terrenos	7	26/08/2020	
8	JULIA SANTIAGO MENDOZA	D	15	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	9	27/08/2020	
9	JULIO CÉSAR OLANO PAITAN	A	5	COSTA DORADA II	reprogramación de pago	22	27/08/2020	Necesita mejoras la herramienta
10	EVERSON SOLIS LEON RAMOS	C	10	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	20	27/08/2020	Mejorar el análisis de interés
11	EZAQUEL DIONICIO EVARISTO	A	1	LIRIO DEL VALLE	pago de consumo de servicio	8	28/08/2020	
12	GLORIA M. DE LA CRUZ	B	8	COSTA DORADA II	recojo de letras pagadas	8	28/08/2020	
13	WENDY MARTINES CURACI				disponibilidad de terrenos	10	28/08/2020	
14	JOSE ISAAC REYNA TORRES	C	15	COSTA DORADA II	pago de letras	8	28/08/2020	
15	JUAN BRAVO QUINOÑEZ	A	11	COSTA DORADA II	reprogramación de pago	18	29/08/2020	
16	JUAN WILDER CHAVEZ MARIN	A	16	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	12	29/08/2020	
17	ESPERANZA ARGUEDAS AVALOS	A	7	COSTA DORADA	reprogramación de pago	19	1/09/2020	
18	DAVID MACHACCA CHAMPI	A	10	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	21	1/09/2020	Variación del dólar
19	DAVID MARINO FRETTEL ARIAS	A	9	LIRIO DEL VALLE	pago de consumo de servicio	10	1/09/2020	
20	GILBER JUSTO LUJAN	A	12	COSTA DORADA	recojo de letras pagadas	14	2/09/2020	
21	HUGO GUSTAVO TORRES MORI	A	2	COSTA DORADA II	pago de letras acumuladas	18	2/09/2020	Mejorar en el uso de los programas
22	IVONNE GOMEZ SANTIAGO	A	17	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	17	2/09/2020	
23	JESUS PEREYRA MANRIQUE	B	11	LIRIO DEL VALLE	recojo de letras pagadas	16	3/09/2020	
24	JEFFERSON DAVILA VACA				disponibilidad de terrenos	5	3/09/2020	
25	MIGUEL ANGEL OLANO PAITAN	A	10	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	10	3/09/2020	
26	MILAEROS EULOGIO MATAMORO	A	8	LIRIO DEL VALLE	reprogramación de pago	14	4/09/2020	
27	CESAR CAJUSOL MILLAN	A	17	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	9	4/09/2020	
28	OLIVER A. YBARRA TORRES	A	5	LIRIO DEL VALLE	reprogramación de pago	20	4/09/2020	Demora del sistema
29	TELESFORO M. ESPEJO NUÑEZ	A	3	LIRIO DEL VALLE	pago de letras acumuladas	15	5/09/2020	
30	TELESFORO M. ESPEJO NUÑEZ	D	1	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	10	5/09/2020	
31	THANIA VILLALVA CAMPOS	B	15	COSTA DORADA	recojo de letras pagadas	9	5/09/2020	
32	LUIS MENDOZA AGUIRRE				disponibilidad de terrenos	7	5/09/2020	
33	ELMER TIRADO CABANILLAS	A	1	COSTA DORADA	pago de letras	8	7/09/2020	
34	ERIKSON F. BERNABE BOBADILLA	C	10	LIRIO DEL VALLE	reprogramación de pago	22	7/09/2020	Demora en el sistema
35	HECTOR SEGUNDO QUIROZ GIRON	B	10	COSTA DORADA II	pago de letras acumuladas	22	7/09/2020	Demora en la cotización, ya que exigía comprensión por el retraso
36	HILBER PAJARES COTRINA	C	16	COSTA DORADA	pago de consumo de servicio	6	8/09/2020	
37	HILDA CAYCHO ALVAREZ	C	12	COSTA DORADA II	recojo de letras pagadas	17	8/09/2020	
38	VERONICA SANCHEZ VILLANEVA				disponibilidad de terrenos	9	8/09/2020	
39	JHOEL CAPCHA SANDOVAL	A	14	COSTA DORADA II	pago de letras	9	9/09/2020	
40	JHONNY MURRUGARRA VASQUEZ	B	8	COSTA DORADA	pago de letras	8	9/09/2020	
41	ADVIAS MERA YNGA	B	15	COSTA DORADA	reprogramación de pago	17	10/09/2020	
42	YEZLY MARIBEL CERNA LUNA	C	7	LIRIO DEL VALLE	pago de letras acumuladas	14	10/09/2020	
43	JOSE H. DELGADO VAZQUEZ	A	3	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	8	10/09/2020	
44	JULIO CÉSAR OLANO PAITAN	C	16	COSTA DORADA	pago de consumo de servicio	5	11/09/2020	
45	YEZLY MARIBEL CERNA LUNA	B	1	COSTA DORADA II	recojo de letras pagadas	13	11/09/2020	
46	ANGELO ZUTA AGUIRRE				disponibilidad de terrenos	9	11/09/2020	
47	VICENTE CASTAÑEDA S.	A	8	COSTA DORADA II	pago de letras	10	11/09/2020	
48	VICENTA CASTAÑEDA SAAVEDRA	C	8	COSTA DORADA II	reprogramación de pago	12	12/09/2020	
49	PAOLA GARCIA	D	6	COSTA DORADA	pago de letras	10	12/09/2020	
50	YOINER DAVILA VAZQUEZ	A	8	LIRIO DEL VALLE	reprogramación de pago	15	12/09/2020	
51	GILBER JUSTO LUJAN	C	1	LIRIO DEL VALLE	pago de letras acumuladas	20	14/09/2020	Demora en la cotización del dólar
52	VICENTE CASTAÑEDA S.	A	13	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	7	14/09/2020	
53	VICENTE CASTAÑEDA S.	A	8	COSTA DORADA	recojo de letras pagadas	13	14/09/2020	
54	HENRY PAREDES HENOSTROZA				disponibilidad de terrenos	8	15/09/2020	
55	WILFREDO N. CHAVARRIA QUISPE	A	1	COSTA DORADA II	pago de letras	7	15/09/2020	
56	YESSICA YBARRA TORRES	D	8	LIRIO DEL VALLE	reprogramación de pago	19	15/09/2020	
57	WILDER MUÑOZ HORNA	B	16	LIRIO DEL VALLE	pago de letras acumuladas	18	15/09/2020	
58	LEYTER CHAVARRY PEREZ	D	4	COSTA DORADA II	pago de consumo de servicio	13	16/09/2020	
59	CARLOS LLEISER PEREZ PUERTOS	A	3	LIRIO DEL VALLE	recojo de letras pagadas	10	16/09/2020	
60	CARLOS CASAS HUAMAN				disponibilidad de terrenos	9	16/09/2020	
61	CARLOS LLEISER PEREZ PUERTOS	B	15	COSTA DORADA	pago de letras	6	17/09/2020	
62	MARIA CHUQUICAHUA VILLANUEVA	A	12	COSTA DORADA II	pago de letras	11	17/09/2020	
63	MIGUEL ANGEL OLANO PAITAN	C	14	COSTA DORADA II	reprogramación de pago	20	17/09/2020	Errores en la reprogramación
64	KEILI YUDIT FLORES CHAVEZ	A	6	COSTA DORADA II	pago de letras acumuladas	15	17/09/2020	
65	LILIANA ROXANA ESPIRITU PONCE	B	11	COSTA DORADA	recojo de letras pagadas	9	18/09/2020	
66	CRISTIAN SALAZAR MEDINA				disponibilidad de terrenos	6	18/09/2020	
67	GLORIA M. DE LA CRUZ	C	6	COSTA DORADA II	pago de letras	9	18/09/2020	
68	DANIEL SOLRZANO MAUTINO	A	4	LIRIO DEL VALLE	reprogramación de pago	19	18/09/2020	
69	PATRICIA DASILVA HUANUIRI	D	5	LIRIO DEL VALLE	pago de letras	10	19/09/2020	
70	IRMA CRISTOBAL BRAVO	B	14	COSTA DORADA	reprogramación de pago	21	19/09/2020	Falla de sistema
71	JOSE A. LUME DE LA CRUZ	D	2	COSTA DORADA	pago de letras acumuladas	17	19/09/2020	
72	MERCEDES HERNANDEZ DE PALACIOS	A	10	LIRIO DEL VALLE	pago de consumo de servicio	14	19/09/2020	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 Cumplimiento de clientes – Después

CUMPLIMIENTO DE CLIENTES							
ELABORADO POR:			Investigadores				
PROCESO:			servicio del área de atención al cliente			Área:	Atención al cliente
N°	AÑO	MES	N° DE CLIENTES NUEVOS	N° DE CLIENTES ESPERADOS	N° DE CLIENTES NO REGISTRADOS	FIABILIDAD	OBSERVACIONES
1	2020	JULIO	16	22	6	0.73	
2		AGOSTO	16	22	6	0.73	
3		SETIEMBRE	19	22	3	0.86	
4		OCTUBRE	20	22	2	0.91	
PROMEDIO			17.75	22	4.25	0.81	

Fuente: Elaboración propia

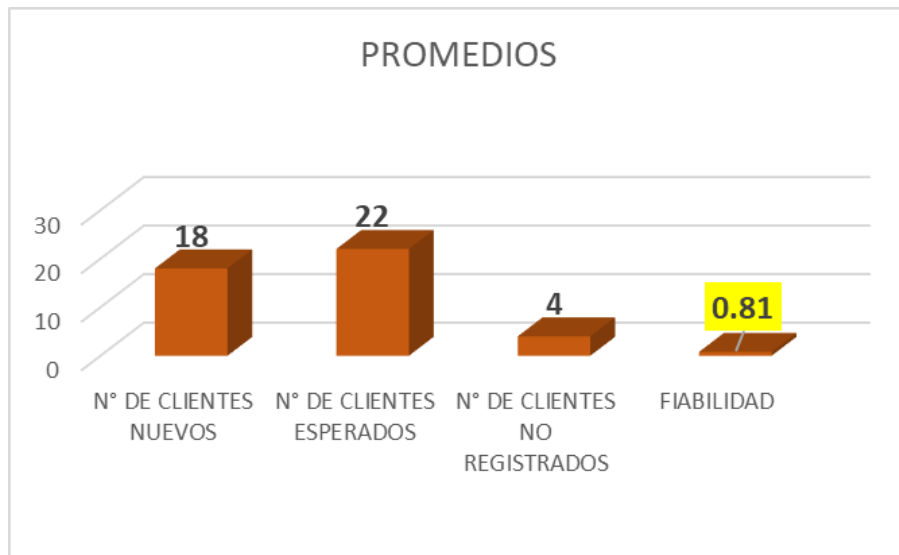
Con la información conseguidos en la tabla de cumplimiento de clientes se muestra que durante los meses de julio – octubre se esperaban registrar 88 clientes, de lo cual se llegaron a obtener 71 clientes nuevos registrados, después de la implementación del Ciclo Deming.

Tabla 24 Promedio del cumplimiento de clientes después de la implementación Del Ciclo Deming

	PROMEDIOS
N° DE CLIENTES NUEVOS	18
N° DE CLIENTES ESPERADOS	22
N° DE CLIENTES NO REGISTRADOS	4
FIABILIDAD	0.81

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Indicador del cumplimiento de clientes después de la implementación del Ciclo Deming



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico mostrado se consigue verificar y validar que existe un promedio de 4 clientes no registrados y un promedio de 18 clientes nuevos, de los 22 por promedio que se esperaba, esta vez los pocos clientes que no fueron registrados responde que aún existen problemas dentro de la atención al cliente, pero que se está reduciendo la cantidad de no registrados después de la aplicación del ciclo Deming.

Fiabilidad Después: Para hallar la fiabilidad del área de atención al cliente en los meses de julio – octubre y con una población de 88 clientes esperados, de los cuales se lograron obtener 71 clientes nuevos que fueron registrados después de la implementación del Ciclo Deming, se utiliza la siguiente fórmula para hallar el indicador de la fiabilidad.

$$\text{Fiabilidad} = \left(\frac{\text{Clientes Nuevos}}{\text{Clientes Planificados}} \right) \times 100\%$$

Tabla 25 Cumplimiento de servicio – Después

CUMPLIMIENTO DE SERVICIOS							
ELABORADO POR:		Investigadores					
PROCESO:		servicio del área de atención al cliente				Área:	Atención al cliente
N°	AÑO	MES	N° DE QUEJAS REALIZADAS	N° DE QUEJAS PROYECTADAS	N° DE QUEJAS NO ESPERADAS	N° SATISFACCIÓN AL CLIENTE	OBSERVACIONES
1	2020	JULIO	2	4	2	0.5	
2		AGOSTO	3	4	1	0.25	
3		SETIEMBRE	2	4	2	0.5	
4		OCTUBRE	1	4	3	0.75	
PROMEDIO			2	4	2	0.50	

Fuente: Elaboración propia

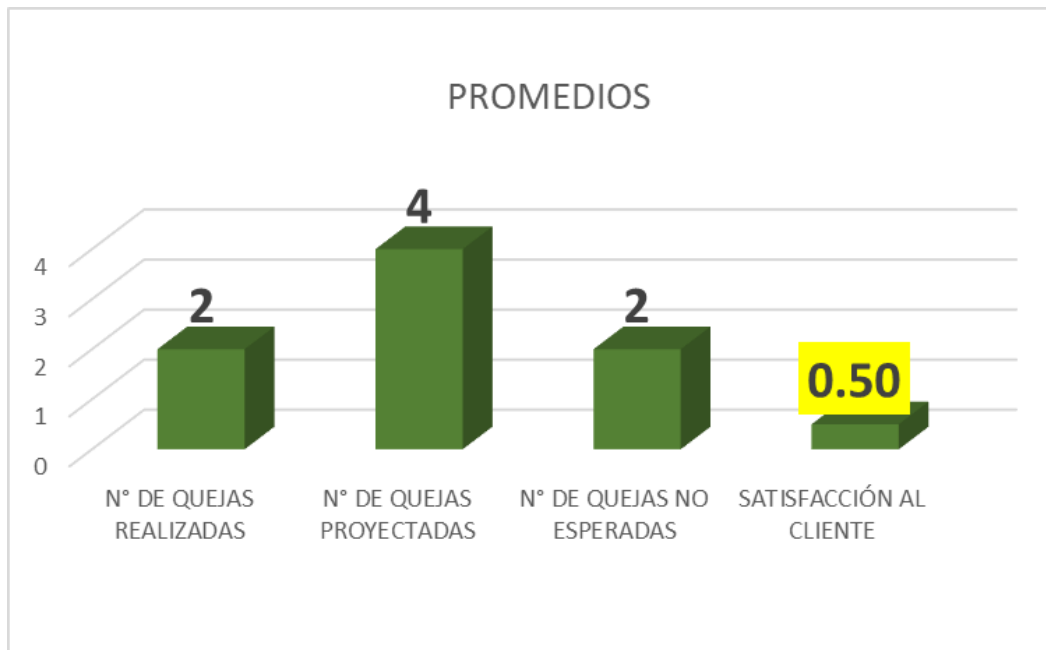
Con la información conseguida en la tabla de cumplimiento de servicios se muestra que durante los meses de julio – octubre se tenía por proyección en promedio 4 quejas por mes, de lo cual se llegaron a obtener un promedio de 2 de quejas por mes que son solamente 8 quejas realizadas, pues se tiene como resultado que las quejas han ido disminuyendo a comparación de las quejas anteriormente obtenidas en el pre - test. Este resultado de un avance de mejora se obtuvo después de la implementación del Ciclo Deming.

Tabla 26 Promedio de cumplimiento de servicio después de la implementación del Ciclo Deming

	PROMEDIOS
N° DE QUEJAS REALIZADAS	2
N° DE QUEJAS PROYECTADAS	4
N° DE QUEJAS NO ESPERADAS	2
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	0.50

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 Indicador del cumplimiento del servicio después de la implementación del Ciclo Deming



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico mostrado se alcanza a validar que existe un promedio de 2 quejas no esperadas y un promedio de 2 (8 quejas realizadas) a comparación del promedio de 4 quejas proyectadas. Esta vez las quejas que no se esperaban responde que aún existen problemas en el manejo de la calidad de atención que se le da al cliente, pero que se está reduciendo la cantidad de quejas realizadas, después de la implementación del Ciclo Deming a comparación de lo analizado en el pretest.

Satisfacción del cliente Después: Para hallar la satisfacción del cliente en el área de atención al cliente en los meses de julio – octubre se utilizará la siguiente fórmula para hallar el indicador de satisfacción al cliente:

$$\text{Satisfacción al cliente} = \left(1 - \left(\frac{\text{Quejas Realizadas}}{\text{Quejas Esperadas}}\right)\right) \times 100\%$$

Tabla 27 Calidad de servicio – Después

CALIDAD DE SERVICIO				
AÑO	Mes	Fiabilidad	Satisfacción del cliente	Calidad de servicio
2020	Julio	0.73	0.5	0.36
	Agosto	0.73	0.25	0.18
	Setiembre	0.86	0.5	0.43
	Octubre	0.91	0.75	0.68
promedio		0.81	0.50	0.40

Fuente: Elaboración propia

Calidad de servicio Después: Con los promedios mensuales anteriormente obtenidos de la fiabilidad y de la satisfacción al cliente después, se procederá hallar el promedio de la calidad de servicio del área de atención al cliente, después de la implementación del Ciclo Deming. Por consiguiente, se utilizará la siguiente fórmula para hallar el indicador de la calidad del servicio:

$$\text{Calidad de servicio} = \left(\frac{\text{Clientes Nuevos}}{\text{Clientes Planificados}} \right) \times 100\% * \left(1 - \left(\frac{\text{Quejas Realizadas}}{\text{Quejas Esperadas}} \right) \right) \times 100\%$$

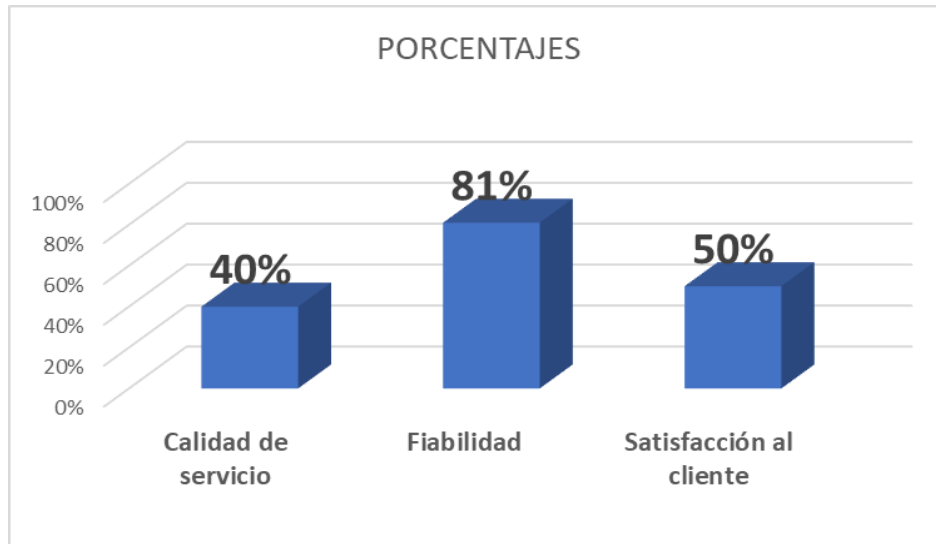
Resumen de la calidad de servicio, fiabilidad y satisfacción al cliente – Después: Con las tablas anteriormente analizadas y calculadas después de la aplicación del Ciclo Deming para el promedio de la calidad de servicio, fiabilidad y satisfacción al cliente, posteriormente se muestra la siguiente tabla analizado con su porcentaje correspondiente:

Tabla 28 Promedios de la Calidad de servicio, Fiabilidad Y Satisfacción al cliente – Después

	%
Calidad de servicio	40%
Fiabilidad	81%
Satisfacción al cliente	50%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 Porcentajes de la calidad de servicio, Fiabilidad y Satisfacción del cliente-Después



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se muestra el resumen de comparación del antes y después de los promedios de la calidad de servicio, fiabilidad y satisfacción al cliente de lo analizado.

Tabla 29 Promedios de la Calidad de servicio, Fiabilidad Y Satisfacción al cliente – Antes y Después

	% Antes	% Después
CALIDAD DE SERVICIO	19%	40%
FIABILIDAD	64%	81%
SATISFACCIÓN AL CLIENTE	29%	50%

Fuente: Elaboración propia

3.6 Método de análisis de datos

Análisis descriptivo

En el presente desarrollo de investigación se hizo un análisis descriptivo de la situación actual de la empresa. Asimismo, se describió la metodología Deming en la inmobiliaria constructora, para ello se analizó las fichas de reportes del estado actual. “Los datos de la muestra ayudan a los resultados”. (FERNÁNDEZ COLLADO, y otros, 2014)

Análisis inferencial

Para probar las hipótesis del presente desarrollo de investigación se utilizó la Prueba de Kolmogorov, T Student y Wilconxon, ya que nos permitió analizar la comparación de muestras del pretest y posttest, de tal manera frente a los resultados se determinó si hay diferencias entre ellas para la toma de decisiones en la inmobiliaria constructora.

3.7 Aspectos éticos

La información de la presente investigación fue brindada por el Gerente General de La Empresa Constructora inmobiliaria Mar villa SAC, Sr. Raimundo Quiroz Marreros, Para fines académicos.

La información del presente proyecto es original y sin plagio alguno.

Por intermedio del juicio de expertos se demostrará la validez de los instrumentos que se van a aplicar.

El presente proyecto de investigación cuenta con referencias bibliográficas que respaldan nuestra investigación.

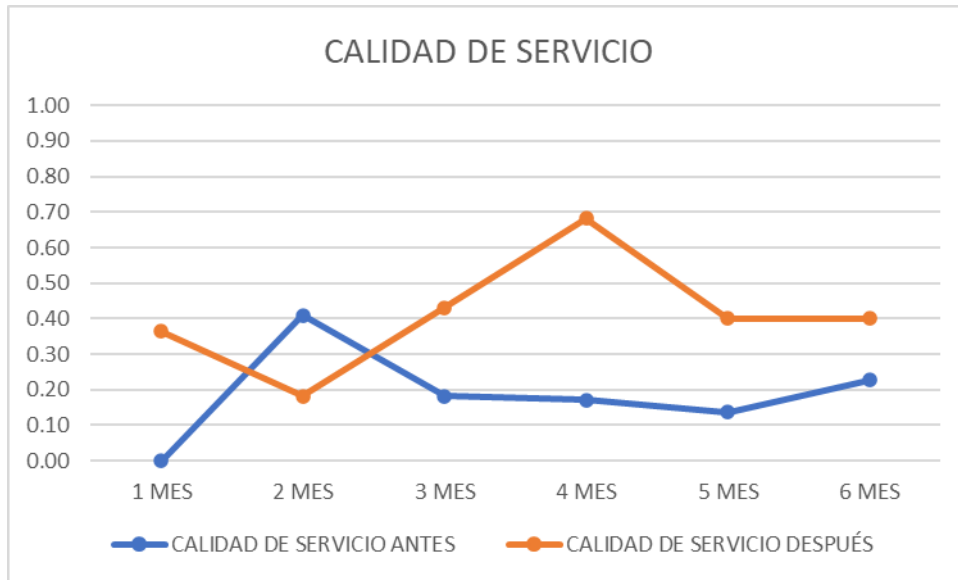
Dentro de este trabajo se honra la propiedad intelectual e ideas de las fuentes.

IV RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

En este análisis descriptivo se puede observar a través de las imágenes los resultados del pre y postest de la investigación y los incrementos favorables producidos en los análisis mensuales.

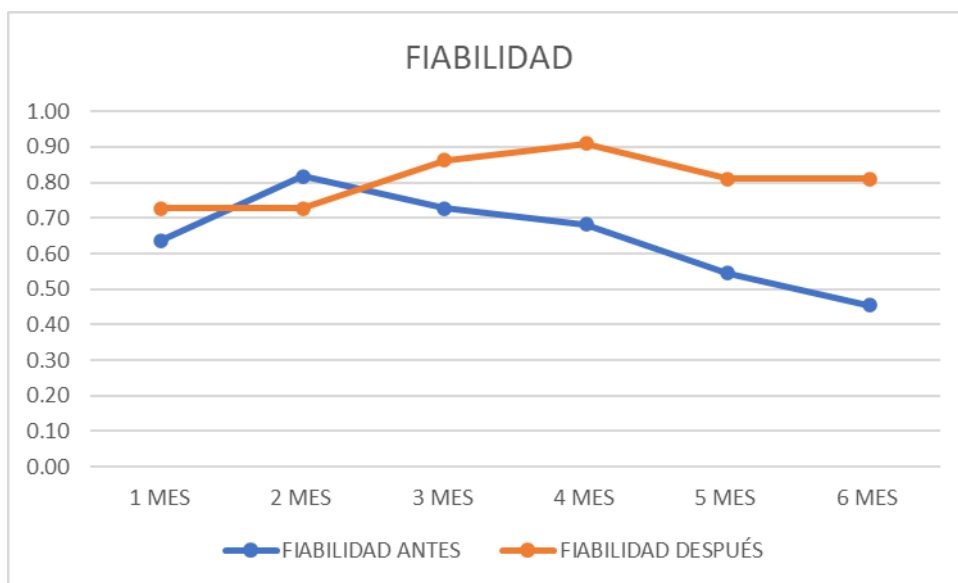
Figura 12 Calidad de servicio Antes y Después



Fuente: Elaboración Propia

En la Figura N°12 de la calidad de servicio se logra visualizar luego de la aplicación de la herramienta un incremento favorable en el área de atención al cliente.

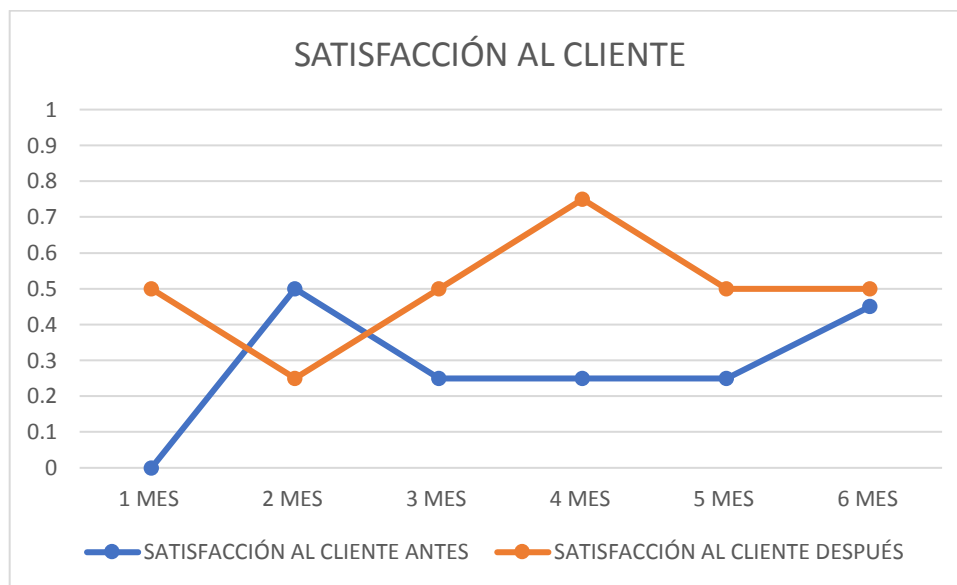
Figura 13 Fiabilidad Antes y Después



Fuente: Elaboración Propia

En la Figura N°13 se logra visualizar un incremento de la fiabilidad a partir de la implementación de la metodología durante los meses analizados para el estudio.

Figura 14 Satisfacción al cliente Antes y Después



Fuente: Elaboración Propia

En la Figura N°14 se logra visualizar un crecimiento de la satisfacción al cliente a partir de la aplicación de la metodología durante los meses analizados para el estudio.

4.2 Análisis inferencial

Para la realización del análisis inferencial se tiene que contrastar las hipótesis planteadas con herramientas de análisis estadístico que comparan las medias para demostrar la mejora que se logró con la implementación de la metodología del Ciclo Deming.

Análisis de Hipótesis General.

Prueba de normalidad de la Hipótesis General.

Para poder revisar la hipótesis general en el caso de calidad de servicio se debe analizar la relación de las variables y así verificar si tienen una distribución normal o no normal, dicho esto se procede a realizar el análisis de estadístico.

Ho: Los datos de la calidad de servicio antes y después de la aplicación de la metodología del Ciclo Deming deriva de una distribución normal.

Ha: Los datos de la calidad de servicio antes y después de la aplicación de la metodología del Ciclo Deming no deriva de una distribución normal.

Regla de decisión:

Si $p_v > 0.05$, la distribución es normal (paramétrica).

Si $p_v \leq 0.05$, la distribución es diferente a la normal (no paramétrica).

Tabla 30 Prueba de normalidad de la calidad de servicio.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
pre_calidad de servicio	,223	6	,200*	,945	6	,701
post_calidad de servicio	,288	6	,131	,904	6	,400
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.						
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Debido que el resultado de la significancia de calidad de servicio (pretest y posttest) es mayor a 0.05, tiene un comportamiento paramétrico, para ello, se constata la hipótesis general utilizando el T de Student.

Prueba de Hipótesis General.

Ho: Determinar cómo la aplicación del Ciclo Deming mejora la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Ha: Determinar cómo la aplicación del Ciclo Deming no mejora la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Regla de decisión / hipótesis estadística.

μ_a : Media de la calidad del servicio antes de la implementación de la metodología del Ciclo Deming.

μ_d : Media de la calidad del servicio después de la implementación de la metodología del Ciclo Deming.

$$H_0: \mu_a \geq \mu_d$$

$$H_a: \mu_a < \mu_d$$

Tabla 31 Estadísticas de muestras emparejadas para la calidad del servicio antes y después

Estadísticas de muestras emparejadas					
		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	pre_calidad de servicio	,1833	6	,13033	,05321
	post_calidad de servicio	,4117	6	,16043	,06549

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En la tabla 31, se puede analizar que la media de la calidad de servicio antes fue 18.33% esto es menor que la media de la calidad de servicio después que viene a ser 41.17%, por consiguiente, el incremento es de 22.84% respecto la calidad del servicio.

Determinación del p valor para la calidad de servicio a través de T Student.

Regla de decisión:

Si $p_v \leq 0.05$ se rechaza la hipótesis nula.

Si $p_v > 0.05$ no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 32 Prueba T Student para la calidad de servicio

Prueba de muestras emparejadas									
		Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
		Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
					Inferior				Superior
Par 1	pre_calidad de servicio - post_calidad de servicio	-.22833	,24588	,10038	-.48637	,02970	-2.275	5	,072

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 32, nos muestra el nivel de significancia $\text{sig}=0,072$ y como es bilateral se divide entre 2 la cual hace que la prueba T Student, sea menor al 5%, lo que se puede inferir que se rechaza la hipótesis nula sobre la implementación de la metodología del Ciclo Deming y que si incrementa la calidad del servicio en el área de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Análisis de primera Hipótesis Específica.

Prueba de normalidad de la primera Hipótesis Específica.

Para poder revisar la hipótesis específica, en primer lugar, analizaremos el comportamiento y verificaremos si su distribución es normal o no normal. Para realizar el análisis se tomará el promedio de mese analizados en el caso de estudio, las cuales serán analizados estadísticamente.

Ho: Los datos de fiabilidad pre y postest de la implementación herramienta de la metodología del Ciclo Deming deriva de una distribución normal.

Ha: Los datos de fiabilidad pre y post de la implementación de la metodología del Ciclo Deming no deriva de una distribución normal.

Regla de decisión:

Si $\rho_v > 0.05$, la distribución es normal (paramétrica).

Si $\rho_v \leq 0.05$, la distribución es diferente a la normal (no paramétrica).

Tabla 33 Prueba de normalidad de la Fiabilidad antes y después

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
pre_fiabilidad	,141	6	,200*	,987	6	,982
post_fiabilidad	,207	6	,200*	,906	6	,410
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.						
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración Propia

Resolución: se analiza de la tabla 33 en referencia a la fiabilidad (pretestt y postestt) nos sale el resultado que es mayor al 0.05, por eso se deduce que su

comportamiento es paramétrico, por ende, para poder contrastar la hipótesis se utilizará el análisis de T Student.

Prueba de la primera Hipótesis Específica.

Ho: Establecer cómo el Ciclo Deming mejora la fiabilidad en la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Ha: Establecer cómo el Ciclo Deming no mejora la fiabilidad en la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Regla de decisión / hipótesis estadística.

μ_a : Media de la Fiabilidad antes de la implementación estandarización de procesos.

μ_d : Media de la Fiabilidad después de la implementación estandarización de procesos.

$$H_0: \mu_a \geq \mu_d$$

$$H_a: \mu_a < \mu_d$$

Tabla 34 Prueba de estadísticas de muestras emparejadas para la fiabilidad antes y después

Estadísticas de muestras emparejadas					
		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	pre_fiabilidad	,6383	6	,12891	,05263
	post_fiabilidad	,8033	6	,07285	,02974

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: se analiza de la tabla 34, que la media de la fiabilidad antes es 63.83% es menor que la media de la Fiabilidad después que es 80.33%, por lo tanto, se comprueba un aumento de 16.5% en la fiabilidad.

Determinación del p valor para la fiabilidad a través de T Student.

Regla de decisión:

Si $p_v \leq 0.05$ se rechaza la hipótesis nula.

Si $p_v > 0.05$ no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 35 Prueba de hipótesis Fiabilidad

Prueba de muestras emparejadas									
		Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
		Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
					Inferior	Superior			
Par 1	pre_fiabilidad - post_fiabilidad	-,16500	,15707	,08412	-,32983	-,00017	-2,573	5	,050

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: se analiza de la tabla 35, que la significancia p valor hallado= 0.05 como es bilateral se divide entre 2 la cual hace que la prueba T Student, sea menor al 5%, por lo tanto, se desestima la hipótesis nula de la investigación.

La implementación de la metodología del Ciclo Deming incrementa la fiabilidad en el área de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Análisis de segunda Hipótesis Específica

Prueba de normalidad de la segunda Hipótesis Específica

Para analizar nuestra hipótesis específica, en el tema de satisfacción del cliente, en primer lugar, observaremos la conducta de la serie y contrastaremos si parten de una distribución normal o no, para dicho análisis se tomará la muestra del promedio de meses analizados y procederemos con los análisis estadísticos de normalidad.

Ho: Los datos de la satisfacción al cliente antes y después de la implementación de la metodología del Ciclo Deming provienen de una distribución normal.

Ha: Los datos de la satisfacción al cliente antes y después de la implementación de la metodología del Ciclo Deming no provienen de una distribución normal.

Regla de decisión:

Si $p_v > 0.05$, la distribución es normal (paramétrica)

Si $p_v \leq 0.05$, la distribución es diferente de la normal (no paramétrica)

Tabla 36 Prueba de normalidad de la satisfacción al cliente antes-después

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
pre_satisfacción cliente	a,254	6	,200*	,866	6	,212
post_satisfacción cliente	a,333	6	,036	,827	6	,101
*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.						
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: De la tabla 36 debido que el resultado de la significancia de la satisfacción al cliente (pretestt y posttest), muestra que una de la significancia tiene un comportamiento no paramétrico y que es menor al 0.05, por ende, para poder contrastar la hipótesis general se utilizó el análisis de Wilcoxon.

Prueba de la segunda Hipótesis específica

Ho: Establecer cómo el Ciclo Deming mejora la satisfacción al cliente en la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Ha: Establecer cómo el Ciclo Deming no mejora la satisfacción al cliente en la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Regla de decisión / hipótesis estadística

μ_a : Media satisfacción al cliente antes de la implementación de la metodología del Ciclo Deming.

μ_d : Media satisfacción al cliente después de la implementación de la metodología del Ciclo Deming.

$$H_0: \mu_a \geq \mu_d$$

$$H_a: \mu_a < \mu_d$$

Tabla 37 Prueba descriptiva no paramétricas para la satisfacción al cliente antes y después

Estadísticos descriptivos					
	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
pre_satisfacción al cliente	6	,2917	,18819	,00	,50
post_satisfacción al cliente	6	,5000	,15811	,25	,75

Fuente: Elaboración Propia

Resolución: se analiza de la tabla 37, que la media de la satisfacción al cliente antes es 29.17% siendo esta menor que la media después que es 50.00% debido a ello, se verifica un incremento de 20.83 % en la satisfacción al cliente.

Determinación del p valor para la satisfacción al cliente a través de Wilcoxon.

Regla de decisión:

Si $p_v > 0.05$ se rechaza la hipótesis nula.

Si $p_v \leq 0.05$ no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 38 Prueba de hipótesis satisfacción al cliente

Estadísticos de prueba	
	post_satisfacción al cliente - pre_satisfacción al cliente
Z	-1,518b
Sig. asintótica(bilateral)	,129
a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon	
b. Se basa en rangos negativos.	

Fuente: Elaboración Propia

Deducción: se analiza de la tabla 38, que la significancia p valor que salió del análisis de Wilcoxon es mayor que 5 %, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna de investigación.

La implementación de la metodología del Ciclo Deming mejora la satisfacción al cliente en el área de atención al cliente, en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

V DISCUSIÓN

El análisis de la calidad de servicios en la inmobiliaria constructora mar villa sac, nos muestra el déficit por los cuales la empresa está pasando; con la base de datos proporcionada por la empresa, se realizó el diagrama de Ishikawa y Pareto con la finalidad de saber la problemática más relevante de la empresa. Estos diagramas mostraron que la mala atención del área de post venta y reclamos hacia la empresa son los problemas más relevantes. Para ello, se decidió medir la calidad de servicio en dos dimensiones; fiabilidad y satisfacción al cliente cuyo resultado fueron 80.33% y 50.00% respectivamente.

Con la recolección de datos, la información proporcionada por la inmobiliaria y los estudios realizados, se optó por implementar mejoras en el proceso de atención al cliente, implementando la metodología del Ciclo Deming, basada en la mejora continua, en el área de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, esta decisión es parecida a la tesis que realizó Montaña (2017) en su tesis titulada “Análisis de la implementación del ciclo PHVA para el aseguramiento de la calidad de servicio en el área de AT YOUR SERVICE en la actualidad”. El objetivo del proyecto fue la aplicación de un mecanismo de trabajo que ayudó a garantizar la calidad del servicio. La metodología ha sido formulada en base al ciclo de Deming PHVA, a través de acciones correctivas y preventivas planteadas a partir de las observaciones. Si la calidad de servicio aumenta constantemente, la retroalimentación con la metodología ayudará a reducir los equívocos que se presentan en la atención que se le brinda al cliente con el fin de mejorar los procesos y calidad de atención.

Respecto a la hipótesis general, los resultados que se alcanzaron sustentan el no rechazo de la hipótesis nula sobre la implementación de la metodología del Ciclo Deming en la calidad de servicio en el área de atención al cliente de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, así mismo los resultados de la media de la calidad de servicio antes fue de 18.33% y después de 41.17% estos resultados son similares a lo realizado por Isuiza (2017) en su tesis “Mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del método PDCA en la empresa NETCALL PERÚ S.A.C, Santa Anita”. Los resultados fueron que mejoró la capacidad de atención del colaborador en un 40%, mejoró la fidelización de los clientes en un 16% y la satisfacción del cliente mejoró en un 11%.

El aporte de este autor fue mejorar la calidad de servicio no solo capacitando al personal sino también aumentando la satisfacción del cliente.

Respecto a la primera hipótesis específica, el alcance que se obtuvo sustentan el no rechazo de la hipótesis nula sobre la implantación de la metodología del Ciclo Deming en la fiabilidad en el área de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, así mismo los resultados de la media de la fiabilidad antes fue de 66.83% y después de 80.33%, estos resultados son similares a lo realizado por Alfonzo Ortiz, y otros, (2017) en su tesis “Propuesta de plan de mejora para el proceso de Soporte al Cliente del área Comercial de Kantar IBOPE Media Colombia S.A.S., con base en los lineamientos del numeral 9.1 de la NTC-ISO 9001”. Los resultados de la investigación, sobre el proceso de soporte a los clientes implementando la metodología orientaron a la mejora continua logrando la satisfacción del cliente y colaboradores comprometidos.

Respecto a la segunda hipótesis específica, los resultados que se alcanzaron sustentan el no rechazo de la hipótesis nula sobre la implantación de la metodología del Ciclo Deming en la satisfacción del cliente en el área de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, así mismo los resultados de la media de la satisfacción al cliente antes fue de 29.17% y después de 50.00%, estos resultados son similares a lo realizado por Reyes (2014) en su tesis “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, sede HUEHUETENANGO”. Los resultados obtenidos fueron que la empresa SHARE después de capacitar a su personal para mejorar la atención al cliente obtuvo un 64% de mejora, generando de esta manera satisfacción por parte de los clientes en un 72%.

VI CONCLUSIONES

En primer lugar: implementación de la metodología de ciclo Deming para incrementar la calidad de servicio en el área de atención al cliente en la inmobiliaria constructora mar villa sac. La media de la calidad de servicio antes de la implementación de la metodología de ciclo Deming fue de 18.33%, la media de la calidad de servicio luego de la implementación de la metodología ciclo Deming fue de 41.17%.

En segundo lugar: la implementación de la metodología del ciclo Deming para incrementar la fiabilidad en el área de atención al cliente en la empresa inmobiliaria constructora mar villa sac. La media de fiabilidad antes de la implementación de la metodología Deming fue de 63.83%, la media de fiabilidad después de la implementación de la metodología Deming fue de 80.33%.

En tercer lugar: implementación de la metodología de ciclo Deming para incrementar la satisfacción al cliente en el área de atención al cliente en la inmobiliaria constructora mar villa sac. La media de la satisfacción al cliente antes de la implementación de la metodología del ciclo Deming fue de 29.17%, la media de la satisfacción al cliente después de la implementación de la metodología del ciclo Deming fue de 50.00%.

La hipótesis que se planteó al iniciar la investigación es que la metodología del Ciclo Deming mejora la calidad de servicio en el área de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC a través de la mejora continua de sus procesos, para así aumentar la fiabilidad y satisfacción del cliente. La hipótesis general analizada estadísticamente fue no rechazada, por lo tanto, el Ciclo Deming si mejora la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

VII RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda al Gerente General de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, que, en el área de atención al cliente, se realice constantemente una capacitación al personal de post venta para el manejo del buen funcionamiento de esta área, de tal manera de que se pueda mantener la reducción de las quejas y lograr la satisfacción del cliente. Cabe mencionar que el manejo de esta área debe ser un seguimiento constante a la encargada del área para los ajustes y cambios correspondientes.

Segunda: Se recomienda a la Gerencia de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, que, en el área de atención al cliente sistematice la entrega de documentos de contrato de venta y entrega de terreno para la reducción de tiempos en cuanto dichos trámites, con el fin de que el cliente se sienta satisfecho con el tiempo de espera.

Tercera: Se recomienda a la Gerencia de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC., que incentive a su personal mediante la gestión del talento humano, para la participación y escucha de mejoras en dicha área, con la finalidad del desarrollo personal y profesionalmente, debido a que mediante una Logística integral de la mano del Gerente General todos puedan lograr el mismo objetivo que se la Inmobiliaria desea llegar.

Cuarta: Se recomienda a la Gerencia de la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC., que establezca una comunicación asertiva a los jefes de área para involucrar al personal en el planteamiento de las metas propuestas por la empresa, de esta manera lograr el compromiso de los jefes en los próximos proyectos.

REFERENCIAS

ALAYO REYES, Anthony Bredys. 2017. GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO JUGUETERIAS, CENTRO DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE. Chimbote : Biblioteca de Universidad Catolica Los Angeles, 2017.

ALFONZO ORTIZ, Diana Marcela y SOTO RAMIREZ, Lina Cristina. 2017. Propuesta de plan de mejora para el proceso de Soporte al Cliente del área Comercial de Kantar IBOPE Media Colombia S.A.S., con base en los lineamientos del numeral 9.1 de la NTC-ISO 9001. Colombia : s.n., 2017.

Calidad y Gestión. 2010. Calidad y Gestión. [En línea] Consultoría Calidad y Gestión, 2010. [Citado el: 17 de Mayo de 2020.] https://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/58_ciclo_pdca_estrategia_para_mejora_continua.html.

CHÁVEZ VALDEZ, Sarah, ESPARZA DEL VILLAR, Oscar y RIOSVELASCO MORENO, Leticia. 2020. DISEÑOS PRE EXPERIMENTALES Y CUASIEXPERIMENTALES APLICADOS A LAS CIENCIAS SOCIALES Y LA EDUCACIÓN. México : Enseñanza e Investigación en Psicología, 2020.

DELGADO, Mercedes, ARRIETA, Xiomara y CAMACHO, Hermelinda. 2012. Comparación de teorías relacionadas con la formación de conceptos científicos. Venezuela : Red de Revistas Científicas de América Latina, 2012. 1317-2255.

FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos, BAPTISTA LUCIO, Pilar y HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto. 2014. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. México : Mc Graw Hill Education, 2014. 978-4562-2396-0.

Hernán O. Arellano Díaz. 2017. La calidad en el servicio como ventaja competitiva. La calidad en el servicio como ventaja competitiva. Guadalajara México : EDG VIRTUAL, 2017. Vol. III, 12. 24778818.

ISO 14000. 2008. Sistema de gestión ambiental. Bogotá, Colombia : Revista Escuela de Administración de Negocios, 2008. 0120-8160.

ISO 22000. 2015. Gestión de la seguridad alimentaria en la empresa española. Implicaciones de la adopción de la ISO 22000. España : Economía industrial, 2015. 0422-2784.

ISO 9000. 2015. ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario. s.l. : Plataforma de navegación en línea (OBP), 2015. 2073-6061.

ISUIZA, Jhoseph. 2017. “Mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del método PDCA en la empresa NETCALL PERÚ S.A.C, Santa Anita. Lima : s.n., 2017.

JIMENO BERNAL, Jorge. 2014. HOME. [En línea] 5 de Enero de 2014. [Citado el: 17 de Mayo de 2020.] <https://pdcahome.com/english/267/pdca-cycle-continuous-improvement/>.

KIM L., Brown. 2016. DISRUPTING AND RETOOLING: A MODEL FOR AN EFFECTIVE COMMUNITY BASED TELEHEALTH PROGRAM. Massachusetts : Biblioteca The National Graduate School of Quality Management, 2016.

LÓPEZ, Daniela. 2018. Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil : s.n., 2018.

MALDONADO, Jose Angel. 2015. CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE. Honduras : s.n., 2015.

MATSUMOTO, Reina. 2014. Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda. Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda. San Pablo : Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 2014. Vol. I, 186. 1994-3733.

MIGUEZ GUAMAN, Emilio Albert. 2018. : MODELO DE GESTIÓN PARA LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DE LA LIBRERÍA SU LIBRO S.A. Babahoyo Ecuador : Biblioteca de UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES, 2018.

MONTAÑO, Alexa. 2017. Análisis de la implementación del ciclo PHVA para el aseguramiento de la calidad de servicio en el área de AT YOUR SERVICE en la actualidad. Lima : s.n., 2017.

MURILLO, Willian. 2008. La investigación científica. [En línea] 2008. [Citado el: 7 de Junio de 2020.] <https://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtml>.

OHSAS 18000. 2016. Evolución de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo e Impacto en la Accidentalidad Laboral. Bogotá, Colombia : Biblioteca Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2016. 0718-2449.

Perú 21. 2016. Economía. Baja satisfacción por la telefonía móvil según el índice de satisfacción del consumidor. Fin de semana, 2016, 1.

PORTILLA, Christopher. 2017. aplicación del ciclo PHVA para mejorar la calidad de las ventas del seguro de compra protegida de la empresa CHUBB PERÚ S.A. Lima : s.n., 2017.

RESTREPO, Erika, DÍAZ, Alejandro y VEGA, Isabel. 2019. Caso de estudio del desarrollo de un videojuego basado en BCI. Lampsakos : Fundacion Universitaria Luis Amigo, 2019.

REYES, Sonia. 2014. Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, sede HUEHUETENANGO.

QUETZALTENANGO : s.n., 2014.

ROJAS HURTADO, Dalina Lail y ROMERO MENDOZA, Claudia Sofía. 2019. Aplicación del ciclo de Deming para mejorar la calidad de servicio al cliente en la tienda Maestro de Ventanilla. Lima : Biblioteca Universidad Cesar Vallejo, 2019.

SENATI. 2012. Calidad en la Atención al Cliente. Lima : s.n., 2012.

SUÁREZ, MONTOYA y VÉLEZ. 2019. MANTELASOFT: una nueva guía para Mipymes desarrolladoras de mantenimiento de software. s.l. : Biblioteca Universidad Católica de Pereira, 2019. 1909-8367.

TORRES HUAMÁN, Kelly Liliana. 2018. Aplicación del Ciclo de Deming para Mejorar la Calidad en el Servicio en el Área de Mantenimiento y Calibración en la Empresa OFILAB PERÚ S.A.C. . Lima : Biblioteca Universidad Cesar Vallejo, 2018.

URQUIAGA, Lisseth y PINCHI, Wadson. 2019. Efecto del Modelo de un Sistema de Gestión de Seguridad en el servicio de transporte de combustible líquido. Trujillo : Revista Ciencia y Tecnología, 2019.

VALENZUELA SALAZAR, Nemecio Lorenzo, y otros. 2019. La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. Colombia : Revista GEON, 2019. Vol. 6, 2. 23463910.

VÁZQUEZ, Rodolfo, RODRIGUEZ, Ignacio y DÍAZ, Ana. 1996. ESTRUCTURA MULTIDIMENSIONAL DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN CADENAS DE SUPERMERCADOS: Desarrollo y Validación de la Escala CALSUPER. Oviedo España : Biblioteca de la Universidad de Oviedo, 1996.

VERA BARANDIARÁN, Luis. 2017. REVISTA DE LA CÁMARA PERUANA DE LA CONSTRUCCIÓN. CONSTRUCCION E INDUSTRIA. Fin de semana, 2017, 5.

VILLALBA, Cristian. 2013. La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos. Colombia : Punto de Vista, 2013.

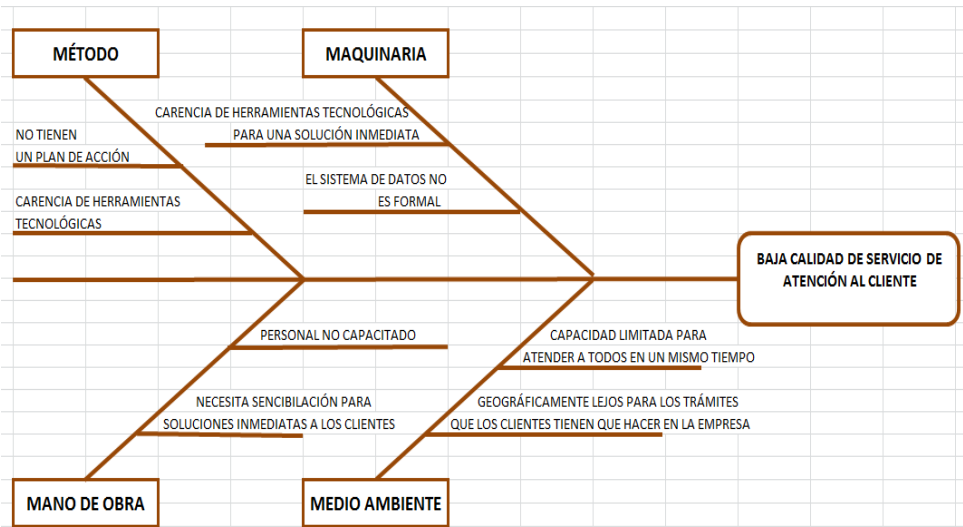
ANEXOS

Anexo 01: Ranking de índice de satisfacción por sector



Fuente: Arellano marketing

Anexo 02: Ishikawa



Fuente: Elaboración propia

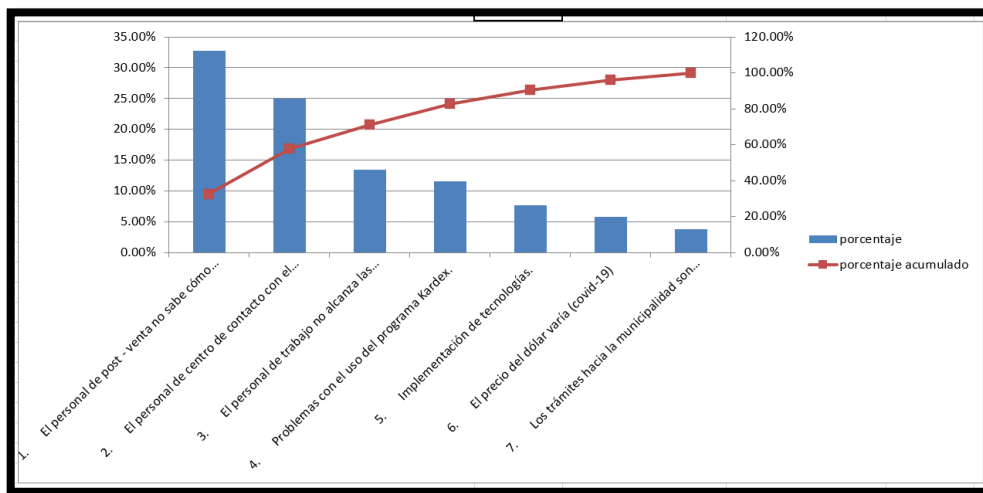
Anexo 03: Pareto

Quejas	Frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
1. El personal de post - venta no sabe cómo solucionar los problemas del cliente.	17	32.69%	32.69%
2. El personal de centro de contacto con el cliente es grosero o no tiene actitud de servicio.	13	25.00%	57.69%
3. El personal de trabajo no alcanza las metas planificadas.	7	13.46%	71.15%
4. Problemas con el uso del programa Kardex.	6	11.54%	82.69%
5. Implementación de tecnologías.	4	7.69%	90.38%
6. El precio del dólar varía (covid-19)	3	5.77%	96.15%
7. Los trámites hacia la municipalidad son difíciles y costosos.	2	3.85%	100.00%
	52	100.00%	

Fuente:

Elaboración propia

Anexo 04: Diagrama de Pareto



Fuente: Elaboración propia

Anexo 05: Matriz de coherencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿De qué manera la aplicación del Ciclo Deming mejorará la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, Puente Piedra ,2020?	Determinar cómo la aplicación del Ciclo Deming mejorará la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.	El Ciclo Deming mejora la calidad de servicios en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
¿De qué manera el Ciclo Deming mejorará la satisfacción al cliente en la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, Puente Piedra , 2020?	Establecer cómo el Ciclo Deming mejorará la satisfacción al cliente en la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.	El Ciclo Deming mejora la satisfacción al cliente en la calidad de servicio en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.
¿Cómo el Ciclo Deming mejorará la fiabilidad en la calidad de servicio de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC, Puente Piedra ,2020?	Establecer cómo el Ciclo Deming mejorará la fiabilidad en la calidad de servicio de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.	El Ciclo Deming mejora la fiabilidad en la calidad de servicio de atención al cliente en la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 06: Variable y Operacionalización

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CICLO DE DEMING	El ciclo PHVA también conocido como circulo de Deming, es una estrategia de mejora continua para mejorar la calidad de algún servicio.	Para realizar el ciclo Deming utilizaremos las dimensiones planear, desarrollar, controlar y actuar.	Planear- desarrollar	$Ac = \left(\frac{Ar}{Ap}\right) \times 100\%$ Ac= acciones concluidas Ar= acciones realizadas Ap= acciones planificadas	Razón
			Controlar- actuar	$R = \left(\frac{Ma}{Me}\right) \times 100\%$ R= resultados Ma= meta alcanzada Me= meta esperada	Razón
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIO	La calidad de servicio requiere ser visto como un constructo subjetivo que debe a su esencia a la forma como los consumidores perciben dicha calidad. (Villalba 2013 p 69-70)	La calidad de servicio será medida mediante la fiabilidad y la satisfacción al cliente.	Fiabilidad	$\left(\frac{Cn}{Cp}\right) \times 100\%$ Cn= clientes nuevos Cp= clientes planificados	Razón
			Satisfacción al cliente	$\left(1 - \left(\frac{Qr}{Qe}\right)\right) \times 100\%$ Qr= quejas realizadas Qe= quejas esperadas	Razón

Fuente: Elaboración propia

Anexo 07: Certificado de validez 1



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL CICLO DEMING Y LA CALIDAD DE SERVICIO

N°	VARIABLE / DIMEN SION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE							
	Dimensión 1: Planificar - Hacer							
	FORMULA: $Ac = \frac{Aa}{Ap} \times 100\%$ Ac= acciones concluidas Aa= acciones realizadas Ap= acciones planificadas	X		X		X		
	Dimensión 3: Verificar - Actuar							
	FORMULA: $R = \frac{Ma}{Me} \times 100\%$ R= resultados Ma= meta alcanzada Me= meta esperada	X		X		X		
	VARIABLE DEPENDIENTE							
	Dimensión 1: Fiabilidad							
	FORMULA: $\frac{Cn}{Cp} \times 100\%$ Cn= clientes nuevos Cp= clientes planificados	X		X		X		
	Dimensión 2: Satisfacción al cliente							
	FORMULA: $Q = 1 - \frac{Qr}{Qe} \times 100\%$ Qr= quejas realizadas Qe= quejas esperadas	X		X		X		

Observaciones (preclarar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Abraham Rafael Sáenz Apar. DNI: 10454966

Especialidad del validador: Ingeniero de Sistemas

13 de Junio del 2020

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fuente: Elaboración propia

Anexo 08: Certificado de validez 2



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL CICLO DEMING Y LA CALIDAD DE SERVICIO

N°	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE							
	Dimensión 1: Planificar – Hacer							
	FORMULA: $Ac = \left(\frac{Ar}{Ap}\right) \times 100\%$ Ac= acciones concluidas Ar= acciones realizadas Ap= acciones planificadas	X		X		X		
	Dimensión 3: Verificar - Actuar							
	FORMULA: $R = \left(\frac{Ma}{Me}\right) \times 100\%$ R= resultados Ma= meta alcanzada Me= meta esperada	X		X		X		
	VARIABLE DEPENDIENTE							
	Dimensión 1: Fiabilidad							
	FORMULA: $\left(\frac{Cn}{Cp}\right) \times 100\%$ Cn= clientes nuevos Cp= clientes planificados	X		X		X		
	Dimensión 2: Satisfacción al cliente							
	FORMULA: $\left(1 - \left(\frac{Qr}{Qe}\right)\right) \times 100\%$ Qr= quejas realizadas Qe= quejas esperadas	X		X		X		

Observaciones (preclear si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dp/ Mg: Augusto Edward Paz Campaña DNI: 07345812

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específicos del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de Junio del 2020

Firma del Experto Informante.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 09: Turnitin

tesis turnitin.docx			
INFORME DE ORIGINALIDAD			
23%	22%	1%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
FUENTES PRIMARIAS			
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet		13%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante		3%
3	docplayer.es Fuente de Internet		1%
4	Submitted to Universidad Manuela Beltrán Virtual Trabajo del estudiante		<1%
5	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet		<1%
6	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet		<1%
7	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante		<1%
8	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet		<1%

Anexo 10: Ficha de Datos

FICHA DE DATOS

Señor:
Raimundo Quiroz Marreros
Gerente General
Inmobiliaria Constructora Mar Villa S.A.C.

Por medio de la presente:

Me dirijo a Usted con la finalidad de cumplir con los requisitos para la inscripción como cliente programa de vivienda dominado "COSTA DORADA – PUENTE PIEDRA"; comprometiéndome en cumplir con todo los dispositivos y cláusula que con lleva la suscripción del contrato privado de Compra - Venta con su representada.

DATOS PERSONALES:

*Nombres y Apellidos del Titular(es): _____ *DNI: _____
_____ *DNI: _____
*Lugar de Nacimiento: _____ *Fecha de Nacimiento: _____ *Distrito: _____
*Estado Civil: _____ *Grado de Instrucción: _____
*Nombre y Apellido del Cónyuge: _____
*Número de Hijos: _____ *Domicilio Actual: _____
*Referencia: _____
*Correo Electrónico: _____
*Propio: _____ *Alquilado: _____ *Teléfono de Casa o Celular: _____
*Datos de un Familiar Cercano: _____
*parentesco: _____
*Dirección: _____ *Teléfono: _____

CENTRO DE TRABAJO:

*Razón Social: _____
*Dirección: _____ *Teléfono: _____
*Cargo: _____
*Ingreso Mensual: S/. _____ *Otros Ingresos: S/. _____
*COMISIONISTA: _____

Los datos consignados en este documento tiene carácter de declaración jurado, por consiguiente son reales y fidedignos, los cuales son requisitos indispensables para adquisición de:

Ubicación de lote de terreno

*Manzana: _____
*Lote N°: _____
*Área Total: _____
() Letra US\$. _____

Precio y Forma de Pago:

*Precio Total US\$. _____
*Cuota Inicial US\$. _____
*Cantidad de () Letras US\$. _____

Lima, ~~xx~~ de ~~xxx~~ 2020

*Adjunto: Copia de DNI

FICHA DE DATOS

Señor:
Raimundo Quiroz Marreros
Gerente General
Inmobiliaria Constructora Mar Villa S.A.C.

Por medio de la presente:

Me dirijo a Usted con la finalidad de cumplir con los requisitos para la inscripción como cliente del programa de vivienda denominado "COSTA DORADA II" – PUENTE PIEDRA"; comprometiéndome en cumplir con todo lo dispuesto en la cláusula que con lleva la suscripción del contrato privado de Compra - Venta con su representada.

DATOS PERSONALES:

*Nombres y Apellidos del Titular(es): _____

*DNI: _____

*DNI: _____

*Lugar de Nacimiento: _____ *Fecha de Nacimiento: _____

*Distrito: _____

*Estado Civil: _____ *Grado de Instrucción: _____

*Nombre y Apellido del Cónyuge: _____

*Número de Hijos: _____ *Domicilio Actual: _____

*Referencia: _____

*Propio: _____ *Alquilado: _____ *Teléfono de Casa o Celular: _____

*Correo Electrónico: _____

*Datos de un Familiar Cercano: _____

*Dirección: _____ *Teléfono: _____

CENTRO DE TRABAJO:

*Razón Social: _____

*Dirección: _____ *Teléfono: _____

*Ingreso Mensual: \$/. _____ *Otros Ingresos: \$/. _____

Los datos consignados en este documento tiene carácter de declaración jurado, por consiguiente son reales y fidedignos, los cuales son requisitos indispensables para adquisición de:

Ubicación de lote de terreno

*Manzana: _____

*Lote N°: _____

*Área Total: _____

() Letra U\$\$. _____

Precio y Forma de Pago:

*Precio Total U\$\$. _____

*Cuota Inicial U\$\$. _____

*Cantidad de () Letras U\$\$. _____

Lima, ~~xx~~ de ~~xxx~~ 2020

†Adjunto: Copia de DNI

FICHA DE DATOS

Señor:
Raimundo Quiroz Marreros
Gerente General
Inmobiliaria Constructora Mar Villa S.A.C.

Por medio de la presente:

Me dirijo a Usted con la finalidad de cumplir con los requisitos para la inscripción como cliente del programa de vivienda denominado "FUNDO LOS BAZANES" – PUENTE PIEDRA"; comprometiéndome en cumplir con todo lo dispuesto en la cláusula que con lleva la suscripción del contrato privado de Compra - Venta con su representada.

DATOS PERSONALES:

*Nombres y Apellidos del Titular(es): _____ *DNI: _____
_____ *DNI: _____
*Lugar de Nacimiento: _____ *Fecha de Nacimiento: _____
*Distrito: _____
*Estado Civil: _____ *Grado de Instrucción: _____
*Nombre y Apellido del Cónyuge: _____

*Número de Hijos: _____ *Domicilio Actual: _____

*Referencia: _____
*Propio: _____ *Alquilado: _____ *Teléfono de Casa o Celular: _____
*Correo Electrónico: _____
*Datos de un Familiar Cercano: _____

*Dirección: _____ *Teléfono: _____
CENTRO DE TRABAJO:
*Razón Social: _____
*Dirección: _____ *Teléfono: _____
*Ingreso Mensual: S/. _____ *Otros Ingresos: S/. _____

Los datos consignados en este documento tiene carácter de declaración jurado, por consiguiente son reales y fidedignos, los cuales son requisitos indispensables para adquisición de:

Ubicación de lote de terreno

*Manzana: _____
*Lote N°: _____
*Area Total: _____
() Letra U\$\$. _____

Precio y Forma de Pago:

*Precio Total U\$\$. _____
*Cuota Inicial U\$\$. _____
*Cantidad de () Letras U\$\$. _____

Lima, ~~xx~~ de ~~xxx~~ 2020.

*Adjunto: Copia de DNI

FICHA DE DATOS

Señor:
Raimundo Quiroz Marreros
Gerente General
Inmobiliaria Constructora Mar Villa S.A.C.

Por medio de la presente:

Me dirijo a Usted con la finalidad de cumplir con los requisitos para la inscripción como cliente del programa de vivienda denominado "LIRIO DEL VALLE" -CARABAYLLO; comprometiéndome en cumplir con todas las cláusulas que con lleva la suscripción del contrato privado de Compra - Venta con su representada.

DATOS PERSONALES:

*Nombres y Apellidos del Titular(es): _____ *DNI: _____

¿Lugar de Nacimiento: _____

*Fecha de Nacimiento: _____ *Distrito: _____

*Estado Civil: _____ *Grado de Instrucción: _____

*Nombre y Apellido del Cónyuge: _____

*Número de Hijos: _____ *Domicilio Actual: _____

*Referencia para llegar a su domicilio: _____

*Propio: _____ *Alquilado: _____ *Teléfono de Casa o Celular: _____

*Datos de un Familiar Cercano: _____

*Dirección: _____ *Teléfono: _____

*Correo Electrónico: _____

CENTRO DE TRABAJO:

*Razón Social: _____

*Dirección: _____ *Teléfono: _____

*Ingreso Mensual: S/. _____ *Otros Ingresos: S/. _____

Lima, xx de xxx de 2020.

*Adjunto: Copia de DNI

Anexo 11: Manual de atención al cliente

	MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE	Código	MVS0020
		Versión	01
		Fecha	05/08/2020
		Páginas 1 y 2	

1. Objetivo

Generar satisfacción al cliente cumpliendo con todo lo ofrecido y desarrollando de manera eficaz las actividades.

2. Alcance

Lograr satisfacer al cliente y que se sienta a gusto con el servicio de atención brindado.

3. Introducción

Este manual está dirigido para los trabajadores de la empresa, con ello puedan cumplir con los objetivos de la empresa y expectativas del cliente.

4. Definiciones

➤ Cliente

Es la palabra atribuida a persona que consume un bien o servicio de una entidad.

➤ Petición

Es la acción de realizar una petición ante la persona a la cual se está dirigiendo.

➤ Reclamo

Es la acción de oponerse a algo expresando desconformidad hacia algún acto realizado a su persona u observada.

➤ Sugerencia

Es algo que se insinúa para mejorar alguna acción de quien recibimos el servicio.

➤ Requisito

Es una condición necesaria antes de obtener el acceso a un beneficio o actividad que se pueda realizar.

5. Políticas de calidad de servicio

La empresa Mar Villa SAC a través de sus colaboradores genera satisfacción al cliente y respeto a sus socios y público. Cumpliendo con las expectativas y generando solución mediante la atención de calidad brindada.

6. Marco general

La empresa Mar Villa SAC que trabaja en el rubro Inmobiliario, a través de los servicios brindados a los clientes busca generar la fiabilidad, satisfacción y calidad de servicios. Para con ello ser reconocido y recomendado por sus socios.

Estas definiciones se pasan a definir:

➤ Fiabilidad

Comprende a la habilidad para ejecutar el servicio prometido o consiste en respetar los convenios dados al cliente con los niveles estipulados. Cuando obtuvo el producto o servicio de una empresa.

➤ Satisfacción

Es la percepción de la persona frente al servicio brindado. Se define como el cumplimiento de las expectativas del cliente.

➤ Calidad de servicios

Consta de cumplir todas las expectativas que tiene el cliente sobre el servicio solicitado, asimismo consta de como seguir satisfaciendo dicho servicio a futuro.

7. Enfoque de servicio al cliente

El usuario es nuestra razón de ser de las organizaciones, pues este constituye el objetivo a alcanzar.

La atención se observa ya empleada en nuestras actividades de la siguiente manera:

- ✓ Enfatizar al cliente como si fuera el único en el mercado, brindar un servicio tomando en cuenta todo lo que diga.
- ✓ Entender a los compradores y entorno comercial: se estudia el estado como se mueve el mercado actual y observamos sus variables para saber cómo se influyen entre sí.
- ✓ Desarrollo de propuestas de ofertas: garantizar que el servicio desarrollado sea validado por el cliente, de tal manera que sea incluyente, efectivo y adaptable a las necesidades necesarias.

8. Desarrollo de las actividades

8.1. Recepción de necesidades y expectativas:

Atender y orientar a los nuevos usuarios o socios antiguos ante cualquier inquietud sea esto personal o telefónicamente, sobre los procedimientos y tramites que se deben realizar para la obtención del terreno

8.2. Revisión de documentación.

Revisar si cumple con los requisitos documentales para seguir con el procedimiento de la obtención del terreno.

8.3. Mejora continua.

La organización analiza la atención al cliente mediante la opinión de los usuarios, dicho opinión es referente para tener conocimiento sobre la satisfacción o insatisfacción, asimismo analiza las recomendaciones que proporciona los usuarios para mejorar el servicio. Estos datos sirven para un análisis de acciones correctivas y preventivas para la empresa inmobiliaria.

8.4. Archivo de documentos

Archivar evidencias de los documentos; solicitudes, copias, actas, en sus respectivos expedientes o archivos para protegerlos y realizar posibles consultas.

8.5. Entrega de documentación

Entregar la documentación que evidencia al nuevo socio sobre el contrato que se realizó, asimismo la entrega del documento de pagos que debe realizar.

9. Horario de atención

Los clientes deben ser atendidos por orden de llegada en el local de puente piedra en la jornada de lunes a sábados en los siguientes horarios:

9:00 a.m. a 7:00 p.m. oficina Ex Fundo Los Bazanes MZ "A" LT "2" segundo piso - Puente Piedra.

10. Protocolo de atención al cliente en forma presencial

- a. El colaborador debe iniciar la conversación con un saludo de "buenos días"
- b. Asimismo, darle la bienvenida (o) a la Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.
- c. El colaborador invitara al cliente a que exprese el porque de su visita: ¿En qué le puedo ayudar? ¿De qué manera le puedo servir? ¿De qué manera puedo ayudarlo?
- d. El colaborador debe seguir lo siguiente:

- Permitir que el cliente se exprese
 - Prestar atención dejando que la idea que expresa el cliente sea la correcta
 - Mostrar correcta postura sin manifestar gestos faciales
 - No interrumpir la conversación así tenga llamada de teléfono fijo o celular
 - Brindar respuestas puntuales y precisas de manera cortés
- e. Al término de atención el colaborador tendrá que despedirse con una sonrisa cálida e identificando con su nombre al cliente
 - f. El colaborador tendrá que entregar el material informativo si el caso lo amerita
 - g. El colaborador procederá a despedirse con “Gracias por su visita”
 - h. En caso diferentes o de mayor envergadura deberá de remitir al cliente al área que sea correspondiente.

11. Protocolo de atención al cliente en forma presencial

- a. El colaborador debe iniciar la conversación con un saludo de “buenos días”
- b. Asimismo, identificarse con su nombre y apellido seguidamente comentarle el área (atención al cliente) y la entidad Inmobiliaria Constructora Mar Villa SAC.
- c. Una vez que el cliente solicite o exprese su necesidad, el colaborador proseguirá a solicitar el nombre del cliente
- d. En caso que la información requiere investigación, se informará al cliente y al retomar la llamada se le agradecerá por su espera.
En caso de que requiera ser transferir la llamada:
 - Informar al cliente de la transferencia
 - Asegurarse de pasarlo si el interlocutor responde
 - Caso contrario, informar al cliente y tome de datos de contacto y enviar un email al responsable de atenderla.
- e. El colaborador debe de permitir que el cliente decida si desea esperar o prefiere llamar a otra oportunidad.
- f. El cliente no debe esperar mayor a 30 segundos
- g. De ser necesario se retomará la comunicación informando el motivo de la espera.

- h. Al retomar la llamada, se inicia con el nombre del cliente y agradecer por la esperar en línea.
 - i. Consultar si requiere otra información
 - j. Esperar respuesta antes de cortar la comunicación
 - k. Al finalizar agradecer al cliente. Recordándole su nombre de quien lo atendió.
- 11.2. Información de que registros se puede informar por medio de llamada
- Terrenos disponibles
 - Precios
 - Documentación necesaria para la obtención del terreno
 - Modalidades de pago

12. Protocolo de atención preferencial

- a. Dar atención preferencial a los clientes en una situación de discapacidad, embarazo o sean adultos mayores. La finalidad es de asegurar su bienestar y prestar buen servicio.
- b. Los colaboradores que estén laborando en el área de atención al cliente deben estar dispuesto a colaborar con el proceso del trato preferencial.
- c. Se le debe preguntar al cliente si requiere ayuda, pero jamar debe imponerla
- d. Procurar de optar una actitud comprensiva por parte del colaborador, ser paciente respecto a las dificultades del habla, escucha y visión de la persona discapacitada.

13. Actualización

Fecha	Versión	Actualización
05/08/2020	01	Creación del documento

Elaborado	Reviso	Aprobó
Investigadores	Jefe de área Administrativa	Gerente

Anexo N°12: Control de Actividades

The screenshot shows a Trello board for the 'Ciclo Deming' project. The board is organized into four columns representing the stages of the cycle: Planear, Desarrollar, Controlar, and Actuar. Each column contains several task cards, each with a title, a due date, and a progress indicator (a green bar and a checkmark icon). The board also features a top navigation bar with options like 'Visible para el equipo', 'Invitar', and 'Calendario'.

Columna	Tarea	Fecha	Progreso
Planear	Levantamiento de información	4 de jul.	3/3
	Análisis de información	10 de jul.	2/2
	Planteamiento de mejora	12 de jul.	6/6
	Definir los objetivos	15 de jul.	-
	Capacitación del personal	17 de jul.	-
Desarrollar	Coordinación con el gerente	18 de jul.	2/2
	Desarrollo de las actividades planteadas	8 de ago.	5/5
	Elaboración del manual de servicios	8 de ago.	2/2
	Realizar cambios si es necesario	9 de ago.	3/3
Controlar	Seguimiento y control	14 de ago.	-
	Evaluación de desempeño	15 de ago.	-
	Análisis de resultados	16 de ago.	-
Actuar	Mejoramiento y control	21 de ago.	-
	Eliminar no conformidades	22 de ago.	-
	Estandarización de solución	3 de sep.	-
	Recomendación	4 de sep.	-
	Documentar resultados correctivos de mejora	6 de sep.	-

Fuente: Elaboración en Trello