



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión por procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente de
la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Empresarial

AUTOR:

Delgado Malca, Sergio Anthony (orcid.org/0000-0003-3568-4847)

ASESOR:

Mg. Arriola Jiménez, Fernando Antonio (orcid.org/0000-0001-8730-2973)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estrategia y planeamiento

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO -PERÚ

2022

DEDICATORIA

A mis padres en especial a mi madre que aun que no me acompañe físicamente se encuentra gozando de la gracia de nuestro padre celestial y sé que desde el cielo me acompaña en cada paso que doy y este logro profesional va para ella, a mi papá y mis hermanos porque me quieren ver triunfar en la vida y me acompañan incondicionalmente en cada etapa de mi vida ellos son el soporte en mi vida.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, quien me da las fortalezas necesarias para seguir adelante, es mi guía en todo momento, a mi amada familia que en cada etapa de mi vida están como son mi papá hermanos y a mi ángel como lo es mi madre que me guía desde el cielo que sé que daría todo por verme realizado profesionalmente.

Índice de contenidos

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
Índice de contenidos	ii
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo de investigación.....	16
3.2. Diseño de investigación	16
3.3. Población, Muestra y muestreo.....	16
3.4. Métodos	17
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.6. Técnicas de procedimiento	18
3.7. Métodos de análisis de los datos	18
3.8. Aspecto Éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	28
VI. CONCLUSIÓN	31
VII. RECOMENDACIONES	32
Referencias bibliográficas	33
Anexos	36

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	14
Tabla 2. Confiabilidad del instrumento de las variables	18
Tabla 3. Dimensión Procesos Estratégicos	20
Tabla 4. Dimensión Procesos Operativos	20
Tabla 5. Dimensión Procesos De Soporte O Apoyo.....	21
Tabla 6. Nivel de Gestión Por Procesos.....	21
Tabla 7. Dimensión Elementos Tangibles	22
Tabla 8. Dimensión Fiabilidad	22
Tabla 9. Dimensión Capacidad de Respuesta	23
Tabla 10. Dimensión Seguridad	23
Tabla 11. Dimensión Empatía	24
Tabla 12. Nivel de Calidad de Servicio.....	24
Tabla 13. Tabla cruzada de ambas variables.....	25
Tabla 14. Correlación entre gestión por procesos y la calidad de servicio.....	27

Índice de figuras

Figura 1. Dimensión Procesos Estrategicos.....	45
Figura 2. Dimensión Procesos Operativos	45
Figura 3. Dimensión Procesos De Soporte O Apoyo	45
Figura 4. Dimensión Elementos Tangibles	45
Figura 5. Dimensión Fiabilidad	46
Figura 6. Dimensión Capacidad de Respuesta	46
Figura 7. Dimensión Seguridad	47
Figura 8. Dimensión Empatía	47
Figura 9. Nivel de Calidad de Servicio	47

Resumen

La investigación realizada asumió como objetivo principal analizar de qué forma la gestión por procesos mejoró la calidad del servicio al usuario de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022. La población conformada por los 130 clientes, la muestra por ser población pequeña se tomó a los 130 clientes el tipo de exploración es básica con un boceto de estudio el cual será descriptivo – Correlacional la habilidad que se manejó fue la encuesta y el instrumento el cuestionario la primera variable quedó desarrollada por 17 preguntas y la segunda de 20 consultas, medidas en escala de Likert; la confiabilidad del instrumento, se utilizó el Alpha de Cronbach 0.95 , como resultados presenta un aceptable nivel de gestión procesos de un 66.2%, es bueno lo que demuestra que los procesos operativos, estratégicos y procesos de soporte o apoyo son buenos y con respecto a la calidad de atención y servicio para el 96.9% de los clientes es bueno contando con elementos tangibles y una excelente infraestructura dando confianza y la fiabilidad que los clientes necesitan concluyendo en que existe una correlación positiva de las variables la gestión por procesos y la calidad de servicio.

Palabras clave: gestión por procesos, calidad de servicio, inmobiliaria, procesos operativos, elementos tangibles

Abstract

The main objective of the research carried out was to Develop Management through processes to improve the quality of customer service of the company Real Estate Golden House S.R.L. 2022. The population made up of 130 clients and the sample, because it was a small population, was taken from 130 clients. The type of research is basic with a study design that will be descriptive - Correlational. The technique that was used was the survey and the instrument was the questionnaire the first variable consisted of 17 questions and the second of 20 questions, measured on a Likert scale; the reliability of the instrument, Cronbach's Alpha 0.95 was used, as result it presents an acceptable level of management processes of 66.2% is good, which demonstrates that the operational, strategic processes and support processes or support customers are good and in regards to the quality of attention and service for 96.9% of the clients, it is good, having tangible elements and an excellent infrastructure, giving confidence and the reliability that the clients need, concluding that there is a positive correlation of the variables, process management and the quality of service

Keywords: Process management, quality of service, real estate, operational processes, tangible items.

I. INTRODUCCIÓN

Toda empresa busca generar grandes utilidades y consecuentemente deben cautivar nuevos clientes, mediante servicios o productos que se diferencie de las demás organizaciones que se dedican al mismo rubro, pero sobre todo con propuestas de valor que generen la fidelización de los clientes y les permita posicionarse en el mercado objetivo.

La totalidad de las compañías buscan satisfacer las necesidades de sus consumidores, ofreciéndoles una alta experiencia a través de una buena calidad de producto o servicio. Por ello PULIDO (2018), Manifiesta que las organizaciones para poder alcanzar sus objetivos con eficacia y validez, deben implementar a dicha gestión por procesos como una proposición de valor industrial, donde se basen principalmente en sus procesos, clientes y perfeccionamiento de calidad del servicio que brindan, teniendo en cuenta los estándares de calidad a través de los indicadores, los que admiten conocer las metas logradas como parte de la planeación trascendental de la organización.

Para PARDO (2017) las compañías que comercializan con mercados habituales, es necesario formar honestidad y confianza con sus compradores y convertirlos en sus socios trascendentales, aplicando el método de ofrecimiento de productos de calidad o garantizándoles una excelente calidad de servicio, y la única manera para adquirir resultados positivos es hacer que los métodos estén bien orientados y se agencien entre ellos de una forma perfecta, para que reduzcan los errores en la información, demoras en la atención, ejecutando técnicas y habilidades que aseguren la mejora continua de dichos procesos.

Por su parte GARCIA, (2020), afirman que la falta de comprensión de cada proceso que se llevan dentro de una organización, influye relativamente de manera negativa en el desempeño de los objetivos y fines establecidos, refiriéndose a la deficiente gestión de los recursos así como también de los individuos, aumentando la probabilidad de la representación de mínimos errores; constituyéndose a procesos mediante una gestión hacia la obtención de los

objetivos planteado y metas planificadas por la organización o empresa en favor de sus clientes. Inmobiliaria Golden House S.R.L, es una empresa que pertenece al Sector inmobiliario, ubicada en Av. Augusto B. Leguía n° 1390 URB. Nuevo San Lorenzo, departamento de Lambayeque, distrito de Chiclayo. Comenzaron sus actividades el 23 de septiembre del 2020, dedicándose a realizar diligencias inmobiliarias a cambio de un pago o por contrata.

Actualmente se observa que la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. presenta una baja calidad en lo que se refiere a servicio que se le brindan en atención a los clientes, y ello se ha dado debido a los cambios constantes de asesores inmobiliarios, poca comunicación de la empresa con los clientes y el bajo nivel de conocimiento que presenta el personal para el uso de las herramientas tecnológicas, Lo que ha llevado a la empresa que tenga tiempos prolongados para atender a sus clientes, un alto nivel de insatisfacción por parte de ellos y una inadecuada publicidad de inmuebles. Además, se ha observado mucha pérdida de clientes debido a la insatisfacción que tienen por la mala atención y prestación que se sirve a los interesados por intermedio de la entidad, una alta disminución de ventas y el incremento de reclamos lo que ha provocado un bajo nivel de fidelización con los clientes.

De lo descrito anteriormente se planteó el siguiente problema:

Problema principal: ¿De qué manera la Gestión por procesos mejora la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022?

Problemas secundarios. ¿Cómo es la gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022?

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio que se le da al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022?

¿Cómo determinar la correlación de las variables de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022?

Justificación e Importancia del estudio, Justificación teórica: Es de suma importancia porque en el mercado actual, la gestión por procesos tiene como fin la mejorar el desempeño eficacia y eficiencia, y la mejora de los procesos también es útil para que las organizaciones consigan su posicionamiento en todo tipo de mercado, ello implica aplicar, mantener y tener una eficiente gestión de los mismos por medio de un plan, orientación y control adecuado, con el fin que se pueda ofrecer una atractiva calidad de atención a los cliente y así asegurar su satisfacción que es lo más importante en toda organización o empresa.

Justificación Metodológica: Porque el estudio muestra el uso de explícitas técnicas e instrumentos de investigación que el tesista utilizará y que servirá para otros estudios similares siendo estos: cuestionarios, entrevistas, test, hoja de observación, fichas de procesos, etc. que el tesista crea conveniente utilizar

Justificación Económica: Porque pretende contribuir a elaborar un modelo de gestión mediante procesos, con el fin poder reducir costos y tiempo, y siguiendo los planes para que las cosas salgan correctamente, con el fin de prevenir y disminuir errores, asimismo ello aumentará la rentabilidad y por ende poder lograr una competitividad de la empresa en el mercado requerido.

Justificación Social: porque el estudio pretende solucionar problemáticas sociales que puedan estar perjudicando a un determinado sector, en tal sentido se analizara a la empresa Inmobiliaria Platinum Norte S.A.C., con la finalidad de dar solución al problema que está presente, siendo beneficiarios los asociados de la organización y los clientes.

Objetivos: Determinar como la gestión por procesos mejora la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Identificar el nivel de la gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Identificar el nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Determinar la correlación de las variables en estudio de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Hipótesis

Si se determina la Gestión por Procesos mejora significativamente la calidad de servicio al cliente en la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Se identificará el nivel de gestión por procesos de la Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Se identificará el nivel de la calidad de servicio al cliente de la Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Se determinará la correlación de ambas variables de estudio por procesos para la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes que sustentan la investigación, Romero (2019), en su averiguación en Bogotá, el objetivo de estudio fue proponer una táctica de gestión con correlación a los compradores de una inmobiliaria, la sistemática de estudio fue CRM, el tipo de indagación es cuantitativo descriptivo, en la inmobiliaria se encuentran más preocupado por sus servicios o productos y no por la fidelización de sus consumidores esto ha considerado pérdidas de clientes con el tiempo, la población de estudio fueron 12 empleados que tiene la empresa, a los cuales se les ha aplicado la técnica de una muestra probabilística, y un nivel de familiaridad del 95% y libertad de equivocación del 5%, con el resultado se verifico el desconocimiento de la herramienta CRM por parte del equipo de asociados inmobiliarios y dirigentes, se concluye que se debe capacitar con herramientas tecnológicas al personal para que este siempre a la vanguardia y poder ofertar servicios a la medida de cada uno de ellos.

Para Cevallos y Rivadeneira (2020), en su investigación en Ecuador el objetivo principal fue corresponder la calidad del atención al usuario con las ventas de compañías inmobiliarias mediante una investigación metódica y minuciosa de la literatura existente en los últimos 5 años, para este objetivo se trabajó con un de estudio cualitativo, exploratorio, descriptivo, y con base en el método PRISMA, que consiente mediante pasos exactos, la organización, elaboración y divulgación de exploraciones de la literatura utilizable, Como conclusión de la automatización, se ubicaron principalmente 1.099 estudios, escogiendo al final 11 artículos que cumplieron con las medidas de exclusión e inclusión y calidad determinados en PRISMA, estos aportes permitieron desenvainar los juicios sobre la correspondencia y brechas positivas entre las conocimientos, que son la calidad de atención al cliente con las ventas de compañías inmobiliarias, esta publicación finiquita que la literatura que concierne estos dos conceptos es insuficiente y no ha sido ahondada, lo que hace forzoso investigarlos con mayor énfasis a través de próximas indagaciones.

A Nivel nacional Tueros y Coz (2019), mencionan en su trabajo de indagación fundar la correspondencia entre calidad de atención y complacencia de los

clientes de una inmobiliaria en Huancayo, la metodología de investigación utilizada fue el ciclo Deming, tipo de exploración es transeccional descriptivo y correlacional, la problemática de investigación fue que las atenciones a los clientes en la ciudad de Huancayo no está diferenciada en la zona, la población de estudio fueron 300 personas que visitan la caseta de información, para la tesis se ha considerado de una manera fortuita a 180 personas como muestra, a los cuales se les aplico los instrumentos para el acopio de datos se utilizó encuesta y cuyo herramienta fue el cuestionario, el resultado indica que la variable calidad de atención tiene una correlación continua con la complacencia del usuario, la conclusión a la que se llegó fue que los trabajadores de la inmobiliaria deben ser aptos acérrimamente sobre el tema de la calidad de atención para recalcar las expectativas de los usuarios.

Garay (2019), Préndete demostrar la similitud entre la calidad de servicio y la complacencia del asociado en la Inmobiliaria, la metodología utilizada fue el Servqual, la investigación es de orientación cuantitativo no experimental de nivel correlacional, la problemática de la inmobiliaria se ha notado en el desacuerdo de los propietarios y en algunas ocasiones se ven en disconformidad al momento que les entregan su propiedad, la población y muestra es constituida por propietarios de un edificio de 16 departamentos ubicados en San Borja, la habilidad de investigación que se manejo fue la encuesta y como instrumento fueron las preguntas, los resultado se concluye que coexiste una correlación efectiva entre las variables, aceptando la hipótesis alternativa, a la conclusión que se llegó es que los propietarios sienten que las atenciones se dan casi siempre en el plazo establecido y los trabajadores siempre va con todas sus herramientas y materiales de esta manera el cliente se sentirá satisfecho y nos puedan referir a futuros cliente.

Para Philco (2020), en su exploración gestión por procesos para mejorar la atención al cliente en Lima, la metodología de estudio utilizada fue el ciclo Deming, la investigación es aplicada y el método es explicativo y descriptivo, el diseño es cuasi experimental y experimental, el problema de estudio son la cuantía de quejas y el tiempo de respuesta de los mismos, haciendo el estudio conveniente se ha manifestado que el usuario pide más atenciones o tiene más

quejas, cuando ya tiene el bien y está en pleno uso, la población de estudio fueron el total de la base de datos de quejas, atenciones ejecutadas y órdenes de servicio por resarcimientos recibidas en el plazo de 2 años, la muestra es no probabilística porque no se usa ninguna fórmula, el instrumento de recolección la técnica que usamos es la base de fichas del ERP SAP, el instrumento de recojo de datos: los sistemas de información. El reporte de validez y confiabilidad lo suministrará el software SPSS versión 25, los resultado indican que las compañías que interactúan con clientes usuales, es necesario generar lealtad y confianza con sus usuarios y de esa manera convertirlos en sus socios estratégicos, aplicando el método de ofrecimiento de productos de calidad o garantizándoles una excelente calidad de servicio, y la única manera para lograrlo es hacer que los procesos estén bien definidos y se gestionen entre ellos de una forma impecable, para que reduzcan los errores en la información, retrasos en la atención, ejecutando planes y estrategias que afirmen la mejora continua de dichos procesos.

.A Nivel local Alarcón & Isique (2021), establecieron proponer tácticas profesionales para optimizar la calidad de atención de los asociados de la constructora e inmobiliaria Vinci s.a.c, la metodología de estudio utilizada fue Servqual, la investigación fue descriptiva y propositiva no experimental, la problemática se puede identificar que el trato al cliente no es lo más óptimo por lo que no se cuenta con un área establecida para el aforo de los clientes y falta de capacitación a los asociados, la población y muestra de estudio fueron 50 clientes, el instrumento de recopilación de datos fueron la encuesta como habilidad y el cuestionario como herramienta, se consuma que para mejorar la calidad de atención se plantea una serie de actividades como capacitaciones para el personal, así como también talleres interactivos y feedback.

Según Silva (2021), en su investigación indico la mejora del servicio post venta, para incrementar la satisfacción del cliente en relación al servicio, la metodología utilizada fue CRM, el tipo de investigación cuantitativa mixta, en la problemática se identificó que la empresa Remax no cuenta con un servicio de post venta para poder brindarle un rastreo conveniente a sus clientes después de a ver asesorado con sus inmuebles, la población de estudio fue 1 persona cliente interno

(gerencia) y externos 123 entre compradores y vendedores, el instrumento de recolección de información fue entrevista a gerencia y en cuentas a clientes externos a través de cuestionarios, los resultados evidencian que los 123 encuestados el 34,96% se encuentra en una posición neutral y el 26,83% se halla muy conforme con la asistencia brindada, el 17,89% poco satisfecho, 14,63% está totalmente satisfecha y el 5,69% insatisfecho con el servicio brindado, se concluye que se debe efectuar un plan para fidelizar a los clientes y de esta manera se sientan parte de la empresa y así lograr una mayor aceptación de los clientes.

Teorías que sustentan la investigación

Según Ishikawa (1990), establece que el núcleo principal de la calidad de atención está relacionado a un balance entre beneficios y riesgos que deberán ser estimados por un cliente. Descarta establecer los valores de calidad únicamente desde la visión científica, puesto que no es posible formularla ya que mantiene límites económicos en la mejora de la calidad.

Para determinar la calidad de un servicio desde diversas visiones, JOCHEN (2009) sostiene al respecto; la visión de la calidad de atención como equivalente de perfección, plantea a la población valorar la calidad a través de la experiencia, la cual es obtenida gracias a la exposición repetida, visión basada en el producto, considera a la calidad como un factor que puede ser medido, señalando que las diferencias en la calidad se manifestarán en diferencias respecto a las cantidades de atributos que estos poseen. Estas definiciones tomarán como base al usuario, partiendo desde la premisa de que los niveles de calidad manifestados estarán definidos por el observador, generándose lo que llaman satisfacción máxima.

Visión basada con base en el valor, afrontan el término de calidad en estimaciones económicas referentes a costos y precios. De acuerdo con los autores Zeithaml, Parasuraman, Berry (1993), son 5 los factores utilizados por los clientes para estimar la calidad de un servicio, entre ellas están:

Elementos tangibles.

Fiabilidad, desempeño, confiabilidad.

Prontitud, capacidad de respuesta.

Credibilidad y seguridad

Buena comunicación con clientes, empatía

Para Pérez (2012), la “gestión por proceso se requiere una satisfacción al 100% del cliente, que compensa las carencias y perspectivas en relación al producto o servicio y procesos como valor añadido logrando una mejor satisfacción”.

Según Martínez (2014), la gestión por procesos en las compañías y la investigación de modelos organizativos menos escalonados y más flexibles como es el caso de la distribución horizontal. Donde se puede muestra modelos, y metodologías que orienta a establecer métodos de negocios, así como también las dificultades que toman durante su implementación del proceso.

Para Ávila et al. (2019) en toda esa etapa es decidir entre calidad-precio. Donde las empresas idealizan con el fin de mejorar la oportunidad satisfaciendo las necesidades del cliente.

Según Kotler y Keller (2016), su investigación es primordial para alcanzar un mejor producto o servicio, donde se pueden reflejar las insuficiencias de la organización. Por tanto, la dimensión es la lealtad del cliente cuando es satisfecho. el compromiso de la compra y de esa manera persistir como el usuario se analizan con frecuencia en diversos estudios de marketing.

Según TSCHOHL, (2008), Servicio al Cliente es un plan para lograr el exitos de todos las empresa adaptando estas nociones a una vision corporativa enfocandose en los clientes refiere que con sus concepciones del libro ayudara a que las organización logren una clases mundial en lo que se refiere servio al cliente.

Según LARREA Angulo, (1991), La doctrina de la calidad en su consepcion es una creacion Norte America, siendo los Japones, los que elevaron los nives de la

calidad, según la concepción de calidad se deriva del autor Feigenbaum originó la expresión Inspección de la Calidad Total en Estados Unidos.

Según FEIGENBAUM, (1994) El control de la calidad promovido en EE.UU, logrando que las empresas alcancen su nivel declarando que la calidad es más trascendental e importante que el precio.

Según CARLZÓN, (2010) De los expertos en eficacia más significativos en el área de bienes, creador de la concepción del momento de la verdad donde impulsó un programa de dirección de la calidad para las compañías de servicio.

De acuerdo con GREENBERG,(2008) una estrategia empresarial donde se concentra cualquiera de las acciones de la organización referida a las insuficiencias del cliente, es una destreza subordinada para instituir y mantener relaciones con los usuarios provechosos a extenso plazo.

Según PAREJA, (2004) Manifiesta que los asociados de las inmobiliarias son agentes calificados que brindan un servicio exhaustivo en lo que se describe a la intermediación inmobiliaria, donde se encuentran la tramitación, verificaciones, informes, peritaciones, y asesoría de bienes e inmobiliarios.

Según TARÍ, (2020), Define a la calidad como una evolución en lo que se refiere al concepto tradicional de calidad en la actualidad no solo se habla de calidad de servicio o producto sino que la visión va evolucionando a mejorar el concepto de calidad total.

De acuerdo CARRO, (2009), Manifiesta que se acepta la calidad total como la semejanza de un producto o servicio que se mantiene para compensar las necesidades del usuario.

Según VARGAS, (2006) interpreta que el objetivo para originar la calidad, anida en fundar y facultar las políticas de calidad. Se solicita de un sistema de control administrativo matricial interfuncional, programas de adiestramiento en control de calidad para todos los compromisos.

Según DENTON, (1991) determina que gran número de organizaciones se han dado cuenta de definir sus expectativas empresariales dentro de los parámetros

de productividad y calidad, y de esta manera poder tener éxito en la presentación eficaz de un servicio de calidad.

Según VERTICE, (2008) es más complejo gestionar eficacia de un servicio que de un producto, en general los servicios presentan mayor número de características que los productos y a la vez con ellos se pueden observar, se entiende de forma general que el número de características observables en un producto en comparación con un servicio está en la proporción de una a diez.

Según MATEOS, (2019) Define que los usuarios son los que tienen el poder de aceptación, por eso las compañías requieren recopilar información sobre las insuficiencias de los usuarios para que de esa manera se pueda acomodar los productos que ofrecen en la oferta industrial a dichas necesidades.

Según TIGANI, (2006) Es la medida del espacio en que una experiencia compensa una necesidad, agrega valor para alguien o soluciona un problema, simboliza que todos los actos, particularidades e indagación deben acrecentar la capacidad de originar valor para el cliente.

Según BRAVO, (2009) Define los métodos es una forma integradora de aproximación a la empresa, es una forma de percibir la compleja interacción entre personas y acciones en determinado tiempo y el espacio.

Según MEJIAS, (2018) Calidad es una expresión relativa para la cual cada persona tiene su propia tesis la totalidad de las peculiaridades de un servicio o producto que establecen su aforo para satisfacer necesidades determinadas o sobrentendidas

Según CAMISON y otros, (2006) Delimita la gestión de la Calidad como una recopilación de métodos, aprovechables de manera puntual y apartadamente para la revisión de la calidad de procesos y productos, se entienden como un instrumento para optimizar la orientación de recursos humanos, así como el marketing, es una herramienta útil para crear una organización encaminada al cliente.

Según MARCO, (2016) define la gestión como un conjunto de fragmentos o resúmenes que interactúan interrelacionados, entre sí de acuerdo a determinada

estructura, la gestión constituye un todo organizado, en el cual la modificación de uno de sus elementos altera produciendo cambios en el resto.

Definición de términos

Calidad de atención: Es el grado de servicio para las personas y grupos de población que esperan ser atendidos satisfactoria mente.

Calidad de servicio: Gestión que implementan las organizaciones para satisfacer permanentemente a los clientes.

Satisfacción: Es un sentimiento de placer o estar contento con la atención recibida.

Satisfacción del usuario: Cuando las insuficiencias expectativas del usuario se han cumplido.

Cliente externo: son los clientes que pagan y utilizan un servicio de una empresa en este caso Inmobiliaria Golden House S.R.L.

Factor tecnológico: “considerado fundamental en una era tan competitiva respecto al uso de las nuevas tecnologías” (Ávila et al., 2019).

Factor humano: Ampliamente utilizado en estudios para determinar la calidad del servicio.

Factores físicos: Se manifiestan como una estructura compuesta por componentes del tipo físicos.

Factores operativos: Son indicadores de desempeño en las operaciones

Productos y servicios: Deben cumplir una tarea determinada para satisfacer al usuario externo.

Elementos tangibles: Apariencia de los elementos físicos que se tocan y se sienten.

Calidad funcional: Resultado del servicio, denominándolos como calidad técnica o juicio del consumidor.

Servqual: Instrumento multidimensional diseñado para atraer las perspectivas y conocimientos del consumidor externo.

Cliente: Es toda persona que contrata un servicio a alguna entidad.

Matriz de Operacionalización de variables

Variable 1. Gestión de procesos

Gestión de procesos: “es un comienzo para lograr una excelente gestión en la organización, y la calidad al 100% de la cual se basa la ISO 9001 del año 2015” Pérez (2012).

Variable 2. Calidad de servicio

Calidad de Servicio: Gestión que implementan las organizaciones para satisfacer permanentemente las necesidades de los usuarios. (Parasuraman et al., 1993)

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable Independiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
Gestión por Procesos	Estimada como un principio para lograr una excelente gestión dentro de una compañía, así como la calidad total, de la cual se basa la ISO 9001 del año 2015. Pérez, (2012).	Es el nivel de gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022	Procesos Estratégicos	Políticas	Likert	Cuestionario
				Planeamiento Institucional		
				Estrategias		
				objetivos y Metas		
				Gestión de Calidad		
				Provisión de Recursos		
			Procesos Operativos	Evaluación de Calidad		
				Necesidades		
				Negociación		
				Planificación del Servicio		
				Realización de actividades		
				Entrega		
			procesos de Apoyo o soporte	Expectativas		
				Satisfacción		
				Capacitaciones		
				Trabajo en Equipo		
				Reconocimiento		
				Motivación		
Clima Laboral						
Tecnología Moderna						

Variable Dependiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
Calidad de Servicio	Gestión que implementan las organizaciones para satisfacer permanentemente las necesidades de los usuarios. (Parasuraman et al, 1993)	La calidad de servicio de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022 está basada en el modelo SERVQUAL.	Elementos Tangibles	Infraestructura	Likert	Cuestionario
				Instalaciones Físicas		
				Personal		
				Equipo		
			Capacidad de Respuesta	Servicio Eficiente		
				Respuesta Rápida		
				Apoyo Inmediato		
				Personal Disponible		
			Fiabilidad	Cumple con lo Prometido		
				Atención Oportuna		
				Solución de Problemas		
				Mínimos Errores		
			Seguridad	Confianza		
				Servicio Seguro		
				Cortesía		
				Protocolos de Bioseguridad		
Empatía	Atención Personalizada					
	Preocupación por Clientes					
	Comprende Necesidades					
	Horario de Trabajo Conveniente					

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

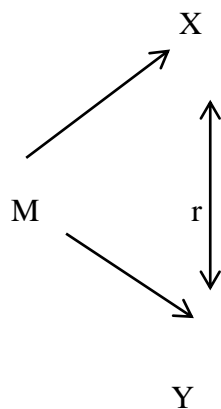
Según ESCUDERO (2018) tipo estudio es básico, porque es un problema planteado y dirigido específicamente a la búsqueda de nuevos conocimientos.

Para Hernández et al. (2017), la investigación es descriptiva, porque el fin es describir las características, fenómenos o sucesos de las variables y el problema de un estudio.

3.2. Diseño de investigación

El diseño del estudio será descriptivo – correlacional

Su diseño.



Donde:

M = muestra

X= Observación V1

Y= Observación V2

r = relación de v1 y v2

3.3. Población, Muestra y muestreo

3.2.1. Población

La población de estudio es el universo conformado por los clientes internos de la inmobiliaria Golden House S.R.L, representado por 130 clientes con propiedades captadas activas de la inmobiliaria.

3.2.2. Muestra

La muestra por ser población pequeña se tomó a los 130 clientes con propiedades captadas activas (Hernández et al., 2017).

3.2.3. Muestreo:

El muestreo es no probabilístico por beneficio se tomó a todos los asociados y todos los clientes con propiedades activas.

Criterio de inclusión: Son incluidos todos los clientes potenciales que a la fecha tiene un contrato de locación de servicio con la inmobiliaria.

Criterio de exclusión: Son excluidos aquellos clientes que no cuentan con un contrato de locación de servicio inmobiliario

3.4. Métodos

A. Descriptivo: se calcularán los promedios de las variables se hallará la media, la varianza y se harán tablas de gestión por procesos y calidad de servicios.

B. Método inductivo: se utilizará para poder hacer inferencia de lo que se describe a gestión por proceso y calidad de servicio. En la inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo.

C. Enfoque del estudio:

Cuantitativa porque se procesarán los datos de manera numérica, y se hará la validación de la confiabilidad.

3.5. Métodos e instrumentos de recolección de datos.

Los datos se recolectarán mediante un sondeo de preguntas mediante la autorización de la empresa.

Cuestionario: “Es un conjunto de interrogantes relacionado con las variables en estudio, siendo conveniente con el planteamiento del problema e hipótesis” (Bruce, 2008).

Ficha de datos será para poder conocer la opinión de los funcionarios de la inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

3.6. Técnicas de procedimiento

Para profundizar los conocimientos referentes a gestión por procesos y calidad de servicio de la inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.

Se solicitó permiso o autorización a la inmobiliaria para poder realizar la investigación y obtener los datos correspondientes relacionados a las variables.

Tabla 2. *Confiabilidad del instrumento de las variables*

Variable	Alfa de Cronbach
Gestión por procesos	0.82
Calidad de servicio	0.86

Nota: Datos obtenidos por encuesta

Según la Tabla 1, el valor del Alfa de Cronbach de la variable gestión por procesos es un $\alpha = 0.82$ y de la calidad de servicio es un $\alpha = 0.86$, lo que quiere decir que los resultados del nivel de confiabilidad del instrumento que fue aplicado a 130 clientes con propiedades captadas activas de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L, poseen un nivel de confiabilidad muy bueno con respecto a los ítems considerados.

3.7. Métodos de análisis de los datos

“Para poder analizar la información se requiere procesar estadísticamente las encuestas y a la vez utilizar tablas y gráficos con su interpretación” (Bruce, 2008).

Se utilizará el Excel para codificar los datos y al mismo tiempo se utilizará el software estadístico SPSS V. 26 para su estudio e interpretación de los resultados.

3.8. Aspecto Éticos

En esta investigación se desarrollará siguiendo los lineamientos de la universidad César Vallejo, además la redacción de las citas o referencias utilizadas en este estudio.

Así como artículos, libros, revistas, y tesis que se utilizaron en el desarrollo de este estudio citándolo con las normas establecidas garantizando la confiabilidad y derechos de los autores.

IV. RESULTADOS

Tabla 3. *Dimensión Procesos Estratégicos*

DIMENSIÓN PROCESOS ESTRATÉGICOS	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	71	54.6
Regular	54	41.5
Deficiente	5	3.8
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 4, Con respecto a la gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L con respecto a la dimensión Procesos estratégicos los clientes con propiedades captadas activas, los resultados demuestran que el 54.6% tiene un nivel bueno en sus procesos estratégicos para el 41.5% los procesos estratégicos son regular y para el 3.8% es deficiente, con el cual se evidencia que se tendría que mejorar las estrategias de la inmobiliaria.

Tabla 4. *Dimensión Procesos Operativos*

DIMENSIÓN PROCESOS OPERATIVOS	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	97	74.6
Regular	33	25.4
Deficiente	0	0.0
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 3 Con respecto a la gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L con respecto a la dimensión procesos operativos los clientes con propiedades captadas activas, los resultados demuestran que el 74.6% tiene un nivel bueno en sus procesos operativos por la rapidez y celeridad para el 25.4% el nivel es regular lo que demuestran que están encaminados en su proceso de aprendizaje y se puede mejorar los procesos operativos.

Tabla 5. *Dimensión Procesos De Soporte O Apoyo*

DIMENSIÓN PROCESOS DE SOPORTE O APOYO	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	76	58.5
Regular	53	40.8
Deficiente	1	0.8
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 5. Con respecto a la gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L con respecto a la dimensión procesos de soporte o apoyo los clientes con propiedades captadas activas, los resultados demuestran que el 58.5% tiene un nivel bueno en sus procesos de soporte o apoyo para el 40.8% los procesos de soporte o apoyo son regular y para el 0.8% es deficiente, lo que demuestra que se tendría que mejorar poco a poco.

Tabla 6. *Nivel de Gestión Por Procesos*

VARIABLE GESTIÓN POR PROCESOS	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	86	66.2
Regular	44	33.8
Deficiente	0	0.0
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 6, Con relación al nivel de gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L, una encuesta realizada a los clientes con propiedades captadas activas, los resultados del nivel de gestión por procesos para el 66.2% tiene un nivel bueno, para el 33.8% un nivel regular lo que demuestra que la Inmobiliaria Golden House, se enfoca en una buena calidad en la gestión en sus procesos.

Tabla 7. *Dimensión Elementos Tangibles*

DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES	<i>Frecuencia Porcentaje</i>	
Buena	94	72.3
Regular	36	27.7
Deficiente	0	0.0
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 7, Con respecto a la calidad de servicios de la empresa Inmobiliaria Golden House, con respecto a la dimensión elementos tangibles los clientes con propiedades captadas activas, para el 72.3% tiene un nivel bueno en sus elementos tangibles para el 27.7% es regular lo que demuestra sus instalaciones son muy adecuadas.

Tabla 8. *Dimensión Fiabilidad*

DIMENSIÓN FIABILIDAD	<i>Frecuencia Porcentaje</i>	
Buena	68	52.3
Regular	57	43.8
Deficiente	5	3.8
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 8. Con respecto a la calidad de atención de la empresa Inmobiliaria Golden House con respecto a la dimensión fiabilidad para los clientes con propiedades captadas activas, para el 52.3% que tiene un nivel bueno en con respecto a su fiabilidad para el 43.8% es regular. Y solo un 3.8% es deficiente lo que demuestra el alto compromiso y confianza de nuestros clientes.

Tabla 9. *Dimensión Capacidad de Respuesta*

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	73	56.2
Regular	53	40.8
Deficiente	4	3.1
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 9. Con respecto a la calidad de servicios de la empresa Inmobiliaria Golden House con relación a la dimensión capacidad de respuesta para los clientes con propiedades captadas activas, para el 56.2% tiene un nivel bueno con respecto a su capacidad de respuesta para el 40.8% es regular y solo un 3.1% es deficiente lo que demuestra que la inmobiliaria tiene capacidad de respuesta que permite brindar una buena calidad de atención.

Tabla 10. *Dimensión Seguridad*

DIMENSIÓN SEGURIDAD	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	84	64.6
Regular	46	35.4
Deficiente	0	0.0
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 10. Con respecto a la calidad de servicios de la Inmobiliaria Golden House con respecto a la dimensión seguridad para los clientes con propiedades captadas activas, para el 64.6% tiene un nivel bueno con respecto a su seguridad para el 35.4% es regular lo que demuestra que la inmobiliaria tiene un alto nivel de Seguridad con lo cual el cliente se siente seguro con la inmobiliaria.

Tabla 11. *Dimensión Empatía*

DIMENSIÓN EMPATÍA	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	81	62.3
Regular	47	36.2
Deficiente	2	1.5
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 11. Con respecto a la calidad de servicios en la Inmobiliaria Golden House con respecto a la dimensión empatía para los clientes con propiedades captadas activas, para el 62.3% la inmobiliaria tiene un buen entendimiento con respecto a la empatía y para el 36.2% es regular y solo para el 1.5 % es deficiente lo que demuestra que en la inmobiliaria nos comprometemos con los clientes y nos ponemos en su lugar dando una atención de calidad.

Tabla 12. *Nivel de Calidad de Servicio*

VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Buena	126	96.9
Regular	4	3.1
Deficiente	0	0.0
Total	130	100.0

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 12 Con respecto al nivel Calidad de Servicio en la Inmobiliaria Golden House, una encuesta realizada a los clientes con propiedades captadas activas, los resultados de acuerdo al nivel de Calidad de servicio para el 96.9% de los asociados de la inmobiliaria Golden House, tiene un buen nivel y para el 3.1% un nivel regular lo que demuestra que la Inmobiliaria Golden House se enfoca en brindar un buen servicio de calidad a sus asociados.

Contrastación de la hipótesis general

Prueba Chi- Cuadrado para establecer la dependencia entre ambas variables

1. Enunciado

Establecer en base a un grado de confianza equivalente al 95%, si coexiste dependencia entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente, en la en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022.

2. Planteamiento de la hipótesis

H0: No existe una relación positiva entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente prestado en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022.

H1: Si existe una relación positiva entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente prestado en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022.

3. Tabla cruzada.

Tabla 13. *Tabla cruzada de ambas variables*

			Calidad de servicio			Total
			Buena	Regular	Deficiente	
Gestión por procesos	Buena	Recuento	86	0	0	86
	Regular	Recuento	40	4	0	44
	Deficiente	Recuento	0	0	0	0
Total		Recuento	126	4	0	130

Fuente. Elaboración propia

Análisis: Según la tabla 13. con respecto a la tabla cruzada de ambas variables los resultados de la encuesta realizada a los 130 asociados de la inmobiliaria Golden House para 86 de los asociados tuvieron una buena aceptación con

relación a la variable gestión por procesos con respecto a la calidad de servicio de la inmobiliaria y para 44 asociados dijeron que es regular.

4. Regla de decisión

En la tabla Chi2 ubicamos el valor de X^2
 $\alpha = 0.05$
 $gl = (3-1) * (3-1) = 4$

→ 9.4877

Los niveles de libertad son igual a:

(N° de filas- 1) (N° de columnas- 1) Si $x^2 c \geq 9.4877$, se rechazara H0

5. Decisión

Tabla 14: *Chi- cuadrado de Pearson*

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,066^a	1	,005		
Corrección de continuidad	5,306	1	,021		
Razón de verosimilitud	8,918	1	,003		
Prueba exacta de Fisher				,012	,012
Asociación lineal por lineal	8,004	1	,005		
N de casos válidos	130				

Fuente. Elaboración propia

Análisis

Como $X^2c = 8.066 \leq 9.4877$, entonces se acepta la H1.

Conclusión: Se consuma que al 95% de confidencialidad, hay seguridad estadística para evidenciar que si existe una correlación efectiva entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente prestado en la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo

Correlación entre ambas variables

H0: No existe una relación significativamente directa entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente prestado en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022.

H1: Si existe una relación significativamente directa entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente prestado en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022.

Tabla 15. *Correlación entre gestión por procesos y la calidad de servicio*

Rho de Spearman			X: Gestión por procesos	Y: Calidad de servicio
	X: Gestión por procesos	Coeficiente de correlación	1,000	0.249*
		Sig. (bilateral)		0.004
		N	130	130
	Y: Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	0.249*	1,000
		Sig. (bilateral)	0.004	
		N	130	130

Fuente: SPSS V. 26

Interpretación

Según la tabla 15, el factor de reciprocidad de Spearman es de 0.249, lo que manifiesta que concurre una dependencia demostrativa directa, con un nivel de significancia $p = 0.004$, estando este inferior al nivel de significancia del 5% ($p < 0.05$), siendo un valor explicativo por lo tanto se refutó la hipótesis nula. Es decir, la gestión por procesos tiene una dependencia elocuentemente directa con la calidad de servicio al cliente prestado en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se fundó la dependencia entre la gestión por procesos y la calidad de atención al cliente en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022. y estadísticamente al 95% de confiabilidad, hay seguridad estadística para evidenciar que, si existe relación entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente, en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL, esto se debe al tipo de organización, a su proyección, el control a como se ve encaminado la dirección de los servicios inmobiliarios que brinda Golden House, esta investigación tiene semejanza con la exploración de Philco (2020) donde consume que concurre una relación efectiva entre las variables, aceptando la hipótesis alternativa, a la conclusión que se llegó es que actualmente se busca aumentar la confianza del usuario quien al percibir un cobro justo no duda en colocar las órdenes de servicio de reparaciones sin hacer muchas observaciones ni tampoco requerir descuentos adicionales.

En lo que se describe a la gestión por procesos de la compañía Inmobiliaria Golden House S.R.L, por medio de una encuesta realizada a los clientes con propiedades captadas activas, los resultados de acuerdo al nivel de gestión por procesos para el 66.2% tiene un nivel bueno, para el 33.8% un nivel regular lo que demuestra que la Inmobiliaria Golden House S.R.L se enfoca en una buena calidad en la gestión en sus procesos pero igual aunque el resultado es alto tenemos que mejorar hasta poder llegar a un nivel de excelencia en nuestros procesos operativos, procesos estratégicos y procesos de soporte o apoyo así a los clientes, aplicando la tecnología para que nos ayude en la celeridad de nuestros procesos, capacitando en los nuevos procesos a todos nuestros colaboradores y esto nos permita estar en la vanguardia y así ser la empresa inmobiliaria N°1 en la región Lambayeque. Este estudio tiene semejanza con el estudio de Romero, (2019). En su investigación en Bogotá, el objetivo de estudio fue proponer una táctica de gestión con relación a los clientes de una inmobiliaria, donde utilizó la metodología de estudio CRM, dando como resultados se pudo identificar el desconocimiento de la herramienta CRM por parte del equipo de asociados inmobiliarios y directivos, se concluye que se debe capacitar con

herramientas tecnológicas al personal para que este siempre este a la vanguardia y poder ofertar servicios a la medida de cada uno de ellos.

Se analizó el nivel calidad de servicio de la Inmobiliaria Golden House S.R.L, mediante una encuesta realizada a los clientes con propiedades captadas activas, los resultados de acuerdo al nivel de Calidad de Servicio al cliente en la inmobiliaria fueron para 96.9% de los clientes la inmobiliaria Golden House S.R.L presenta un buen nivel en lo que corresponde a la calidad de atención y solo para el 3.1% de los clientes un nivel regular lo que demuestra que la Inmobiliaria Golden House S.R.L está comprometida en brindar un buen servicio de calidad contando con elementos tangibles y una excelente infraestructura dando confianza y la fiabilidad que los clientes necesitan, contando con una inmediata capacidad de respuesta por parte de todos los colaboradores de la inmobiliaria, brindado así seguridad al usuario en todos los productos y servicios que adquieren y siempre utilizando empatía con todos nuestros clientes para que sepan lo mucho que nos importan por eso tenemos este alto grado de aceptación en la calidad de atención, esta averiguación tiene semejanza con la investigación Garay (2020) busca determinar la correlación entre la calidad de atención y la satisfacción del asociado en la Inmobiliaria, la metodología utilizada fue el Servqual, la conclusión que se llegó es que los propietarios sienten que las atenciones se dan casi siempre en el plazo establecido y los trabajadores siempre va con todos sus herramientas y materiales de esta manera el cliente se sentirá satisfecho y nos puedan referir a futuros cliente, por otra parte Alarcón (2021) proponen que la Constructora e Inmobiliaria VINCI SAC aplicar el cuestionario SERVQUAL semestralmente, pues este instrumento evidencia el nivel de atención al cliente que está brindando, permitiendo saber cuáles son sus falencias y poder corregirlas con las cuales se está de acuerdo.

De acuerdo a la prueba de hipótesis específica se comprueba como resultado de la prueba Rho de Spearman es de 0.249 lo que determina que existe una alta correlación significativa continua con un nivel de significancia $p = 0.004$, estando este inferior al nivel de significancia del 5% ($p < 0.05$), existiendo un valor demostrativo por lo tanto se rechazó la hipótesis nula. Es decir, la gestión por procesos tiene una relación significativamente directa con la calidad de servicio al

cliente prestado en la empresa Inmobiliaria. Golden House SRL Chiclayo 2022. Esta investigación tiene similitud con la de Según Tuero; et al. (2019). Establecer la relación entre calidad de atención y agrado de los asociados de una inmobiliaria en Huancayo donde último que, la variable calidad de servicio tiene una correlación directa con la satisfacción del usuario.

VI. CONCLUSIÓN

Se decretó la correspondencia que vincula entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al asociado en la empresa Inmobiliaria. Golden House S.R.L Chiclayo 2022. Concluyendo 95% de confiabilidad, hay certeza para evidenciar que, si existe relación efectiva en la gestión por procesos y la calidad de servicio al cliente, en la en la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L.

Se idéntico el nivel de Gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022, La cual presenta un nivel de gestión procesos de un 66.2% es bueno lo que demuestra que la Inmobiliaria Golden House S.R.L se enfoca en una buena calidad en la gestión en nuestros procesos operativos, estratégicos y procesos de soporte o apoyo los clientes, de la Inmobiliaria Golden House SRL Chiclayo.

Se idéntico el nivel de calidad servicio al cliente de la Inmobiliaria Golden House SRL Chiclayo 2022. Dando como resultado para 96.9% de los clientes la inmobiliaria Golden House S.R.L tiene un presenta un buen nivel en lo que corresponde a la calidad de atención y servicio lo que demuestra que la Inmobiliaria Golden House S.R.L está comprometida en brindar un buen servicio de calidad contando con elementos tangibles y una excelente infraestructura dando confianza y la fiabilidad que los clientes necesitan ,contando con una inmediata capacidad de respuesta por parte de todos los colaboradores de la inmobiliaria, brindado así seguridad al cliente en todos los servicios que adquieren y siempre utilizando empatía con todos nuestros clientes de la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo.

Se determinó la correlación de las variables para la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022. Como resultado de la prueba Rho de Spearman, el resultado fue que concurre una correlación positiva de las variables la gestión por procesos y la calidad de servicio, por lo tanto, se aceptó la hipótesis de investigación indicando que concurre una correlación entre la gestión por procesos y la calidad de servicio al asociado, en la en la empresa Inmobiliaria. Golden House S.R.L.

VII. RECOMENDACIONES

Se encarga al gerente general de la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022 efectuar planes de acción, como realizar una valoración de desempeño y poder optimizar los ordenamientos administrativos, exprimiendo tiempos y costos en la atención al cliente.

Se recomienda al gerente general de la empresa Inmobiliaria. Golden House S.R.L Chiclayo, realizar capacitaciones constantes con especialistas en el tema a todos los asociados no bajar los estándares de atención personal y estructural en la inmobiliaria, para lograr una buena complacencia con los clientes.

Se recomienda al gerente general de la empresa Inmobiliaria. Golden House S.R.L Chiclayo 2022, Seguir desplegando acciones que favorezcan la reputación de la empresa y así lograr la fidelización de los usuarios captados.

Finalmente, Se recomienda al gerente general de la empresa Inmobiliaria. Golden House S.R.L Chiclayo trabajar con el personal antiguo como nuevo manteniendo las estrategias ya que estas se encuentran bien enfocadas, sin embargo, es necesario seguir fortaleciéndolas, para lograr la fidelización de los clientes.

Referencias bibliográficas

ALARCON Llamo, Nancy Patricia y ISIQUE Sanchez, Jose Adolfo. 2021. *Estrategias de Competitividad para la Mejorar la Calidad de Servicio en la Constructora e Inmobiliaria Vinci S.A.C, Chiclayo*. 2021.

AVILA, M y al, et. 2019. *Innovacion de procesos y de gestion en un sistema de gestion de calidad para una industria de servicios*. Bogota : Universidad de america, 2019. pág. 21. Vol. 1.

BRAVO, Carrasco, Juan. 2009. *Gestion de Procesos*. Chile : s.n., 2009.

BRUCE, M. 2008. *Validez y Confiabilidad del instrumento*. México : Mc Graw Hill, 2008.

CAMISON, Cesar, CRUZ, Sonia y GONZALES, Tomas. 2006. *Gestion de la Calidad: conceptos enfoques, Modelos y Sistemas*. [ed.] Alberto Cañazal. Madrid : Elenza Bazaco, 2006.

CARLZÓN, Jan. 2010. *Calidad en el área de servicios, Momento de la Verdad*. España : Edición Diaz de Santos, 2010. pág. p.160.

CARRO, Paz, Roberto y GONZÁLEZ Gómez , Daniel. 2009. *Administración de la Calidad Total*. la Plata -Argentina : Universidad Mar de Plata, 2009.

CEVALLOS Mejía, Angela Viviana y RIVADENEIRA Barreiro, Lucía Bernarda. 2020. *Relación entre calidad del servicio al cliente y ventas de empresas inmobiliarias: Revisión sistemática literaria*. Manabi - Ecuador : Pontificia Universidad Catolica del Ecuador, 2020. págs. 40-49. Vol. 5.

DENTON, Keith. 1991. *Calidad en el Servicio a los Clientes*. Madrid : Diaz de Santos, 1991.

ESCUADERO Sanches, Carlos Leonel y CORTEZ Suarez, Liliana Alexandra. 2018. *Técnicas y Metodos Cualitativos Para la Investigacion Cientifica*. Ecuador, Machala : UTMACH, 2018.

FEIGENBAUM, Armand . 1994. *Control Total de Calidad*. Tercera Edición. México : Encuadernado tapa blanca, 1994.

GARAY Avedaño, Viviana Natividad. 2019. *Calidad de Servicio y la Satisfaccion del Cliente de area de postventa de la Inmobiliaria AE+BE S.A.C*. Lima : s.n., 2019.

GARCIA Flores, Alcides Napoleon, MOYANO Alulema, Julio Cesar y GUAMAN Lozano, Angel Geovanny. 2020. *Modelo de gestion por Procesos para la Comercializacion de bienes inmuebles en urbanizaciones*. Rio bamba : s.n., 2020. Vol. 6.

- GONZÁLEZ, Bohle, Joschwua. 2019. *Propuesta de implementación de un sistema de gestión de la calidad en la empresa " Inmobiliaria Hueratdo Limitada" Bajo la norma ISO 9001:2015*. Chile : Universidad Austarl de Chile, 2019.
- GREENBERG, Paul. 2008. *EStrategias Empresariales*. Madrid -España : Tapa Blanca , 2008.
- HERNANDEZ, FERNANDEZ y BHATISTA. 2017. *Metodología de la Investigación Científica*. México : Mc Graw, 2017.
- HERNANDEZ, H y MENDOZA, C. 2018. *Metodología de la investigación*. México : Mc Graw Hill, 2018.
- ISHIKAWA, K. 1990. *Introduction to Quality Control*. Tokyo : 3A Corporation, 1990.
- ISHIKAWA, Kouri. 1990. *Introducción al Control de Calidad*. Madrid -España : Editorial Diaz d eSantois, 1990.
- JOCHEN Wirtz, Christopher Lovelock. 2009. *El Marketing de Servicios*. México : Sexta Edición Person Educación, 2009.
- KOTLER Keller et al. 2016. *Dirección de Marketing*. 2016. pág. 228.
- KOTLER, Philip y Keller, Kevin. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. s.l. : Pearson, 2016. pág. 228.
- LARREA Angulo, Pedro. 1991. *Calidad de servicio del Marketing a la Estrategia*. Madrid -España : Ediciones Diaz de Santos , 1991. pág. p.24.
- MARCO, Federico, LOGUZZO, Herctor Anibal y FEDI, Javier Leonel. 2016. *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones*. Buenos Aires : Universidad Nacional Arturo Jauretche, 2016.
- MARTINEZ Martinez, Aurora y Cegarra Navarro, Juan. 2014. *Gestión por procesos de negocios*. Madrid España : Ecobook-Editorial de Economistas, 2014.
- MATEOS de Pablo Blanco, Miguel Angel. 2019. *Atención al Cliente y Calida en el Servicio*. Malaga : IC Editorial, 2019.
- MEJIAS Acosta, Agustin, y otros. 2018. *Gestión de la Calidad*. Carabobo : s.n., 2018.
- PARASURAMAN y al, et. 1993. *Calidad Total de la Gestión de Servicio*. Madrid : Díaz de Santos, S.A., 1993, 1993. Vol. 01.
- PARASURAMAN, Zeithamy y Berry. 1993. *Calidad d e servicio y satisfacción de consumidor*. Brasil : s.n., 1993.
- PARDO Alvarez, Jose Manuel. 2017. *Gestión por Procesos y Riesgo Operacional*. Madrid - España : AENOR ediciones, 2017.
- PAREJA Romero, Maria del Carmen. 2004. *Gestión Inmobiliaria*. Lima -Perú : Ministerio de Educación Y Ciencia, 2004.

- PEREZ Fernandez de velasco, Jose Antonio. 2012. *Gestión por Procesos 5TA Edición*. Paris ,Madrid -España : AEC, 2012.
- PEREZ, Fernandez de velasco, Jose Antonio. 2012. *Gestion por Procesos*. [trad.] José Antonio Pérez Fernández de Velasco. Madrid : ESIC Madrid Business&marketingschool, 2012. Vol. 5.
- PHILCO Baca, Laura. 2020. *Gestión por Procesos para mejorar el Servicio al Cliente en una empresa de Soluciones Modulares*. Universidad Ricardo Palma. Lima : s.n., 2020.
- PULIDO Sarmiento, Cristian David. 2018. *Desarrollo e implementación de un sistema de información para la gestión de los procesos de la inmobiliaria remax platinum peru*. Girardot : s.n., 2018.
- ROMERO Lozano, Jenny. 2019. *Definición de estrategia de gestión con relación a los clientes (CRM) para empresas del sector industrial caso Metropolis inmobiliaria S.A.S*. Bogota : s.n., 2019.
- SILVA Martinez, Jhosselin Helena. 2021. *Plan de Gestión del servicio post venta para Fidelización de los Clientes de la Empresa Remax Platinum, Chiclayo*. 2021.
- TARÍ Guiló, Juan José. 2020. *Calidad Total fuente de ventaja competitiva*. Murcia-España : Universidad de Alicante, 2020.
- TIGANI, Daniel. 2006. *Excelencia en Servicio*. Buenos Aires : s.n., 2006.
- TSCHOHL, John. 2008. *El arma secreta de la Empresa que alcanza la Excelencia , Servicio al Cliente*. 5ta Edición . USA : Minneapolis, Minnesata, 2008.
- TUEROS Guzmán, Meliza Milagros y Coz Lazo, Liceth Jaqueline. 2019. *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la inmobiliaria los portales de Huancayo*. Huancayo - Perú : Repositorio Universidad Nacional del Centro del Perú, 2019.
- VARGAS Quiñones, Elena Martha y ALDANA De Vega, Luzangela. 2006. *Calidad en el Servicio Conceptos y Herramientas*. Bogota : s.n., 2006.
- VERTICE, Publicaciones. 2008. *La Calidad en el Servicio al Cliente*. Madrid : Editorial Vertice, 2008.
- ZEITHAML, Valerie, PARASURAMAN, A y BERRY, Leonar. 1993. *CALIDAD TOTAL EN LA GESTION DE SERVICIOS*. Madrid -España : Editorial Diaz de Santos, S.A. 1993, 1993.

Anexo 1: Matriz de Consistencia

TITULO	PROBLEMAS	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	INSTRUMENTO	
	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS ALTERNA								
Gestión por procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L 2022.	¿De qué manera la Gestión por procesos mejora la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022?	Desarrollar la Gestión mediante procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.	Determinar si la Gestión por procesos mejora significativamente la calidad de servicio al cliente en la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.	Gestión por Procesos	Considerada como un principio para alcanzar una excelente gestión dentro de una organización, así como la calidad total, de la cual se basa la ISO 9001 del año 2015. (Pérez, 2012).	Es el nivel de gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022	Procesos Estratégicos	Políticas	Likert	Cuestionario	
								Planeamiento Institucional			
								Estrategias			
								Objetivos y Metas			
								gestión de Calidad			
								Provisión de Recursos			
								Evaluación de Calidad			
								Procesos Operativos			Necesidades
											Negociación
											Planificación del Servicio
											Realización de actividades
											Entrega
											Expectativas
								Procesos de Apoyo o Soporte			Satisfacción
											Capacitaciones
Trabajo en Equipo											
Reconocimiento											
Motivación											
Clima Laboral											
Tecnología Moderna											
TITULO	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS NULA	VARIABLE DEPENDIENTE	definición Conceptual	definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento	
Gestión por procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L 2022.	¿Cómo es la gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022?	Identificar el nivel de Gestión por procesos de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022.	Determinar si la Gestión por procesos no mejora significativamente la calidad de servicio al cliente en la empresa Inmobiliaria Golden House	Calidad de Servicio	Gestión que implementan las organizaciones para satisfacer permanentemente e las necesidades de los usuarios. Parasuraman et al (1993).	La calidad de servicio de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022 está basada en el modelo	Elementos Tangibles	Infraestructura	Likert	Cuestionario	
								Instalaciones Físicas			
								Personal			
								Equipo			
	Capacidad de Respuesta	Servicio Eficiente									
		Respuesta Rápida									
		Apoyo Inmediato									
	Fiabilidad	Personal Disponible									
		Cumple con lo Prometido									
		Atención Oportuna									
Solución de Problemas											
Mínimos Errores											

S.R.L. 2022?	S.R.L. 2022.	S.R.L. 2022.			SERVQUAL.		<table border="1"> <tr><td data-bbox="1525 188 1789 220">Seguridad</td><td data-bbox="1525 188 1789 220">Confianza</td></tr> <tr><td data-bbox="1525 220 1789 252">Seguridad</td><td data-bbox="1525 220 1789 252">Servicio Seguro</td></tr> <tr><td data-bbox="1525 252 1789 284">Seguridad</td><td data-bbox="1525 252 1789 284">Cortesía</td></tr> <tr><td data-bbox="1525 284 1789 316">Seguridad</td><td data-bbox="1525 284 1789 316">Protocolos de Bioseguridad</td></tr> <tr><td data-bbox="1525 316 1789 347">Empatía</td><td data-bbox="1525 316 1789 347">Atención Personalizada</td></tr> <tr><td data-bbox="1525 347 1789 379">Empatía</td><td data-bbox="1525 347 1789 379">Preocupación por Clientes</td></tr> <tr><td data-bbox="1525 379 1789 411">Empatía</td><td data-bbox="1525 379 1789 411">Comprende Necesidades</td></tr> <tr><td data-bbox="1525 411 1789 443">Empatía</td><td data-bbox="1525 411 1789 443">Horario de Trabajo Convenie</td></tr> </table>	Seguridad	Confianza	Seguridad	Servicio Seguro	Seguridad	Cortesía	Seguridad	Protocolos de Bioseguridad	Empatía	Atención Personalizada	Empatía	Preocupación por Clientes	Empatía	Comprende Necesidades	Empatía	Horario de Trabajo Convenie		
Seguridad	Confianza																								
Seguridad	Servicio Seguro																								
Seguridad	Cortesía																								
Seguridad	Protocolos de Bioseguridad																								
Empatía	Atención Personalizada																								
Empatía	Preocupación por Clientes																								
Empatía	Comprende Necesidades																								
Empatía	Horario de Trabajo Convenie																								
¿Cómo determinar la correlación de las variables de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022?	Determinar la correlación de las variables en estudio de la empresa Inmobiliaria Golden House S.R.L. 2022																								

Anexo 2: Instrumento de Recolección de Datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario Gestión por procesos para asociados

El objetivo es aplicar la gestión por procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente de la Inmobiliaria Golden House SRL Chiclayo 2022 Chiclayo

Responder el cuestionario será muy importante así mismo se mantendrá el anonimato de los participantes

INSTRUCCIONES: La serie de preguntas que se realizan a continuación presentan una escala del 1 al 5 de acuerdo al grado de aprobación o desaprobación de cada afirmación. Marque con una "X" donde crea correspondiente.

Totalmente desacuerdo= 1; Desacuerdo=2; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo= 3, De acuerdo=4; Totalmente de acuerdo =5

VARIABLE GESTIÓN POR PROCESOS		TD	D	ND NA	DA	TA
DIMENSIÓN I: PROCESOS OPERATIVOS		1	2	3	4	5
1	Los procesos operativos en la Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo se realizan de acuerdo a las necesidades del cliente.					
2	El personal de la inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo posee un buen poder de negociación frente a los clientes					
3	La inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo tiene clara cuál es su planificación de servicio hacia los clientes					
4	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo tiene una buena gestión para la entrega de bienes inmuebles a sus clientes					
DIMENSION II: PROCESOS ESTRATÉGICOS		1	2	3	4	5
5	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo tiene bien planteada sus políticas organizacionales.					
6	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo cuenta con un planeamiento institucional para cumplir con sus objetivos establecidos					
7	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo implementa diversas estrategias para brindar una mejor calidad de servicio al cliente					
8	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo tiene claro cuáles son sus objetivos y metas					
9	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo realiza una gestión de calidad en sus actividades					
10	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo conserva bien la					

	provisión de recursos hasta el momento en el que deba satisfacer el requerimiento a sus clientes				
11	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo evalúa constantemente la calidad de servicio que ofrece a sus clientes				
DIMENSION III: PROCESOS DE SOPORTE O APOYO					
12	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo capacita constantemente a su personal para brindar una mejor calidad de servicio al cliente				
13	El personal de la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo sabe trabajar en equipo cuando se trata de brindar una excelente calidad de servicio al cliente.				
14	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo premia al personal como reconocimiento a su eficiente calidad de servicio al cliente				
15	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo implementa programas de motivación para que su personal logre los objetivos empresariales planteados				
16	En la Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo existe un buen clima laboral				
17	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo cuenta con tecnología moderna para la realización de sus actividades				

Cuestionario de calidad de servicio al cliente con propiedades Captadas Activas.

Totalmente desacuerdo= 1; Desacuerdo=2; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo= 3, De acuerdo=4; Totalmente de acuerdo =5	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO		TD	D	ND	DA	TA
DIMENSION I: ELEMENTOS TANGIBLES						
1	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo cuenta con una buena Infraestructura					
2	Las instalaciones físicas de la Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo son agradables					
3	Los Asociados de la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo tiene una buena presencia					
4	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo cuenta con equipos modernos					
DIMENSION II: FIABILIDAD						
5	Los Asociados de la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo realiza un servicio eficiente					
6	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados brinda una respuesta rápida ante algún reclamo					
7	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados le brinda apoyo inmediato frente a cualquier problema					
8	Los Asociados de la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo siempre están disponible para atender a sus clientes.					
DIMENSION III: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
9	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados cumple con lo prometido a sus clientes					
10	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados brinda una atención oportuna					
11	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo a través de sus asociados sabe cómo brindar solución a problemas de sus clientes.					
12	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo a través de sus asociados comete mínimos errores en el servicio que brinda					
13	Los procesos operativos que realiza la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo cumple con sus expectativas					
DIMENSION IV: SEGURIDAD						
14	La calidad de servicio que brinda Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados le da confianza					
15	Siente que la Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados brinda un servicio seguro					
16	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados demuestra cortesía a sus clientes					
17	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados ha implementado protocolos de bioseguridad para la seguridad de sus clientes					

DIMENSIÓN V: EMPATÍA						
18	La Inmobiliaria Golden House S.R.L. Chiclayo a través de sus asociados brinda una atención personalizada a sus clientes					
19	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados Comprende las necesidades de sus clientes					
20	La Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo a través de sus asociados brinda apoyo inmediato a sus clientes frente a cualquier reclamo					

Muchas Gracias

Anexo 3: Validación del Instrumento

Constancia de Validación de Experto

Yo José Luis Rodas Cabanillas DNI 16796176 de profesión Lic. Estadístico y Dr. En Educación, Ejerciendo actualmente como docente universitario en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo-Lambayeque. Hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de Tesis: **“Gestión Procesos de asesoría para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Platinum Norte SAC 2022”** Diseñado por el investigador. **Delgado Malca Sergio Anthony**, después de hacer las observaciones pertinentes puedo formular las siguientes las siguientes apreciaciones.

	Deficiente	Aceptable	Excelente
Congruencia ítem-dimensión		X	
Amplitud de contenidos		X	
Redacción de los ítems		X	
Ortografía		X	
Presentación		X	

En Chiclayo marzo 2022

Firma valida:



Handwritten signature of José Luis Rodas Cabanillas in blue ink over a blue official stamp. The stamp contains the text: José Luis Rodas Cabanillas, LIC. EN ESTADÍSTICA, Prof. UNIVERSITARIO, Dr. EN EDUCACIÓN.

Dr. José Luis Rodas Cabanillas

D.N.I 1679676

Código Orcid (0000-0003- 1372-4940)

Constancia de Validación de Experto

Yo Ronal Gustavo Santa Cruz Poluche DNI 44988386 de profesión Lic. En Administración de Empresas con colegiatura REGUC N°33982-CLA Ejerciendo actualmente en Santa Cruz Asesorías y Proyectos SAC. Hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de Tesis: **“Gestión Procesos de asesoría para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Platinum Norte SAC 2022”** Diseñado por el investigador. **Delgado Malca Sergio Anthony**, después de hacer las observaciones pertinentes puedo formular las siguientes las siguientes apreciaciones.

	Deficiente	Aceptable	Excelente
Congruencia ítem-dimensión		X	
Amplitud de contenidos		X	
Redacción de los ítems		X	
Ortografía		X	
Presentación		X	

En Chiclayo 14 marzo 2022

Firma valida:

LIC. Ad. Ronal Gustavo Santa Cruz Poluche

D.N.I 44988386

Código Orcid (0000-0002- 1842-2272)

Constancia de Validación de Experto

Yo Santa Cruz Carpio Víctor Oswaldo DNI 16650384 de profesión Lic. En Estadística, Mg En Gestión y Dr. en Educación actualmente Ejerciendo en Santa Cruz Asesorías y Proyectos SAC. Hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de Tesis: “**Gestión Procesos de asesoría para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Platinum Norte SAC 2022**” Diseñado por el investigador. **Delgado Malca Sergio Anthony**, después de hacer las observaciones pertinentes puedo formular las siguientes las siguientes apreciaciones.

	Deficiente	Aceptable	Excelente
Congruencia ítem-dimensión		X	
Amplitud de contenidos		X	
Redacción de los ítems		X	
Ortografía		X	
Presentación		X	

En Chiclayo 14 marzo 2022

Firma valida:



Mg. Víctor Santa Cruz Carpio
PROF. UNIVERSITARIO
DR. EN EDUCACIÓN

Dr. Víctor Oswaldo Santa Cruz Carpio

D.N.I 16650384
Código Orcid (0000-0001- 5224-4435)

Anexo 4: Figuras de las Dimensiones Analizadas

FIGURAS

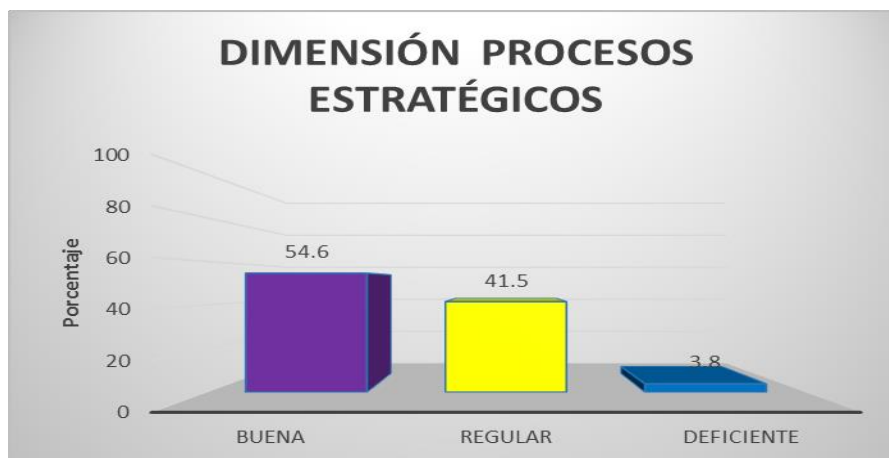


Figura 1. Dimensión Procesos Estratégicos

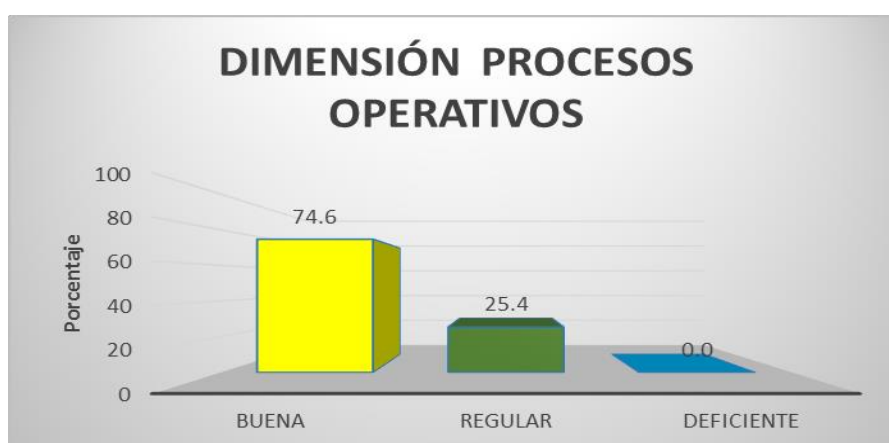


Figura 2. Dimensión Procesos Operativos

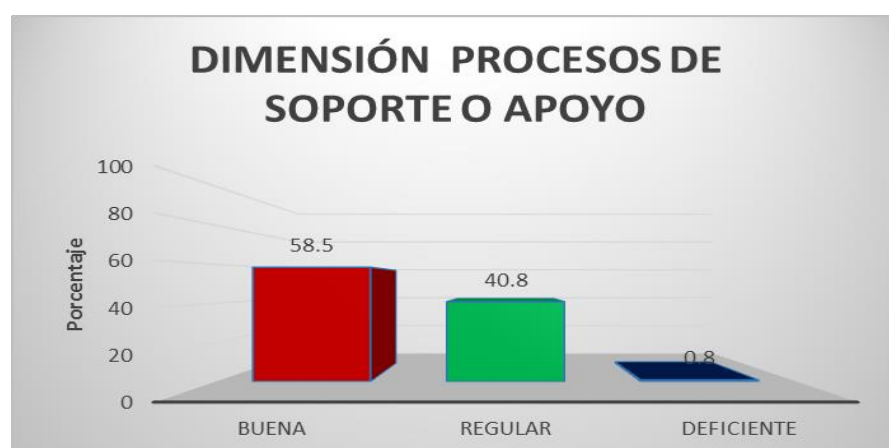


Figura 3. Dimensión Procesos De Soporte O Apoyo

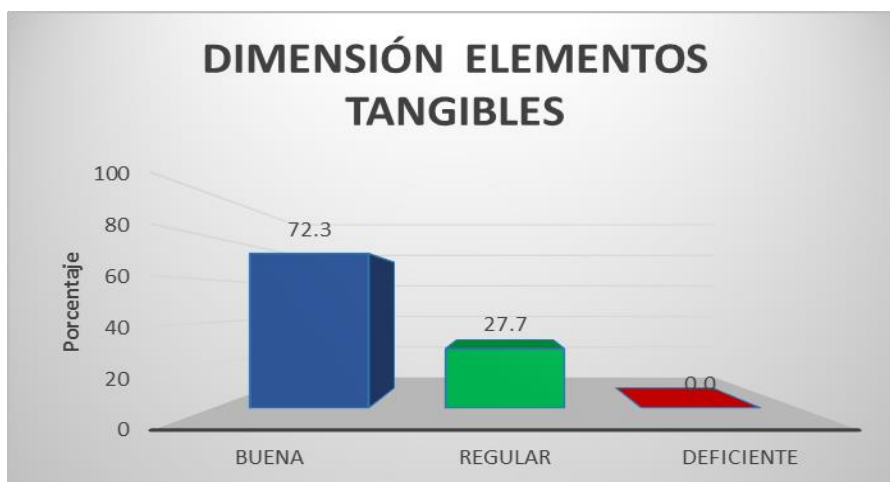


Figura 4. Dimensión Elementos Tangibles

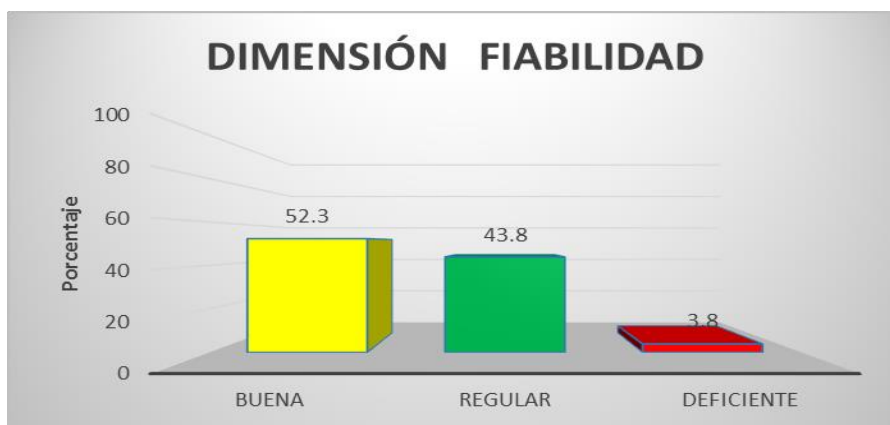


Figura 5. Dimensión Fiabilidad

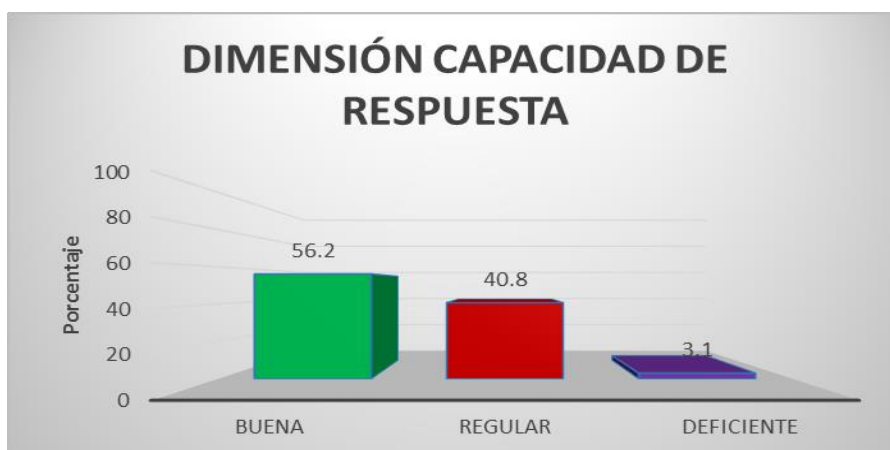


Figura 6. Dimensión Capacidad de Respuesta

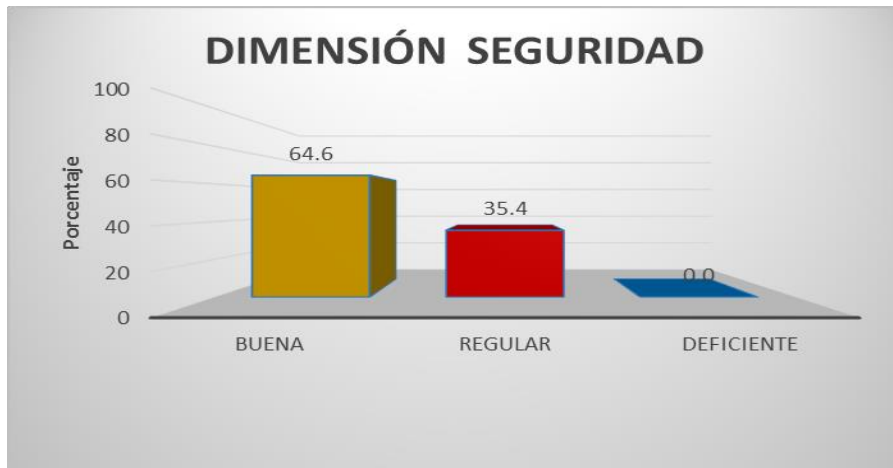


Figura 7. Dimensión Seguridad

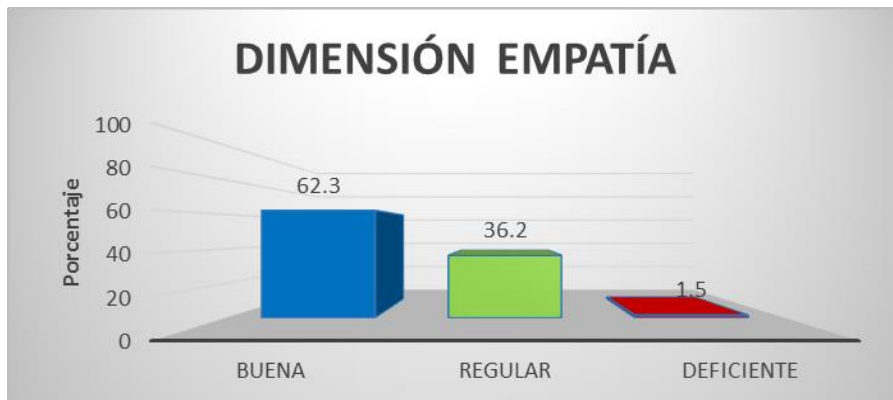


Figura 8. Dimensión Empatía

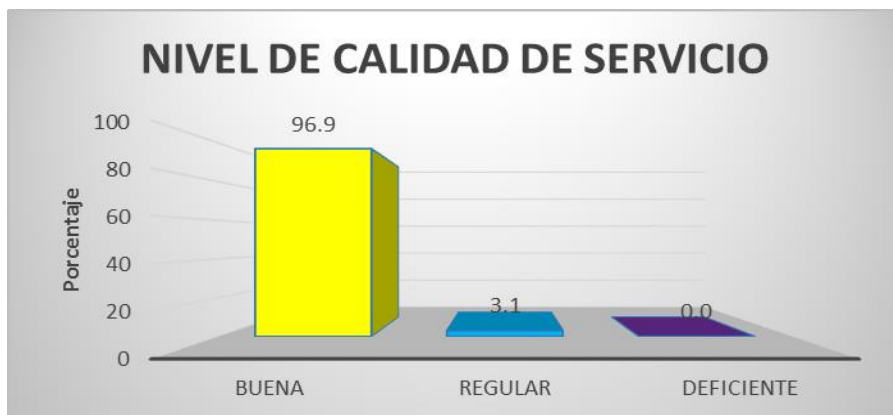


Figura 9. Nivel de Calidad de Servicio

Anexo 5: Carta de Autorización para Aplicar el instrumento



AUTORIZACIÓN DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN

Autorización de Gerencia General Inmobiliaria Golden House S.R.L Chiclayo 2022.

Sr. Delgado Malca Sergio Anthony

Asunto: Autorizo aplicación del instrumento de Investigación

Referencia a solicitud con fecha 30 de Mayo 2022

Tengo a bien dirigirme ante Ud. para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo manifestarle que en atención a su solicitud. Mi oficina autoriza la aplicación de los Instrumentos para la Investigación Científica que Ud. Está desarrollando con la Tesis Titulada "Gestión por procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente de la empresa Inmobiliaria Golden House Perú S.R.L Chiclayo 2022." Como docente de la Universidad César Vallejo, Filial Chiclayo, Que a solicitud personal ha mostrado su voluntad de desarrollarla en nuestra empresa.

Sin otro particular me suscribo de Ud. con la muestra y consideración y estima personal.

Atentamente.

Ing. José Luis Delgado Malca

D.N. I= 41598451

Av. Augusto B. Leguía N° 1390- Chiclayo



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ARRIOLA JIMENEZ FERNANDO ANTONIO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN POR PROCESOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA INMOBILIARIA GOLDEN HOUSE S.R.L CHICLAYO 2022", cuyo autor es DELGADO MALCA SERGIO ANTHONY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 14 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ARRIOLA JIMENEZ FERNANDO ANTONIO DNI: 16680013 ORCID: 0000-0001-8730-2973	Firmado electrónicamente por: AJIMENEZFE el 14- 07-2022 22:11:36

Código documento Trilce: TRI - 0344955