

Factores determinantes para lograr la satisfacción del cliente. Caso: Empresa SICMA S.A.C.

Maxgabriel Alexis Calla Huayapa¹

maxgabriel.calla@pucp.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-7041-9654>

Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez
Perú

Ricardo Aníbal Maldonado Mamani

maldonadomamani.r@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2886-1414>

Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez
Perú

Carlos Manuel Rodríguez San Román

carlosrodriguez@aloe.ulima.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-9370-205X>

Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez
Peru

Uriel Quispe Mamani

u.quispem@unaj.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-6101-3671>

Universidad Nacional de Juliaca
Peru

RESUMEN

El sector del rubro de la construcción en los últimos años ha venido desarrollando de manera importante dentro de la región sierra de Perú. El problema de investigación en la necesidad de conocer los factores determinantes que permitan lograr la satisfacción del cliente, con el fin de trabajar para el caso de la empresa SICMA S.A.C, como objetivo se tiene conocer que factores determinantes permitan lograr la satisfacción del cliente. La población de estudio se ha desarrollado en base a personas involucradas y partes interesadas de la empresa en un total de 332 clientes, a las cuales se le ha aplicado una encuesta de satisfacción relativo a la calidad de consta de 26 ítems. La investigación es a nivel descriptivo y de enfoque cuantitativo, además de la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. En los resultados se ha determinado que 92.45% de los encuestados indicado que el factor de tiempo de atención de reclamos, asimismo las quejas y los requerimientos son los más importantes. Por ello se ha concluido que los factores de atención a quejas juegan un papel clave en el éxito de la satisfacción de los clientes para el caso de la empresa SICMA S.A.C.

Palabras clave: Factores determinantes; satisfacción del cliente; atención de reclamos.

¹ Autor Principal

Determinant factors to achieve customer satisfaction. Case: Company SICMA S.A.C.

ABSTRACT

The construction sector in recent years has been developing significantly within the highlands of Peru. The research problem is the need to know the determining factors that allow to achieve customer satisfaction, in order to work for the case of the company SICMA S.A.C, as an objective is to know what determining factors allow to achieve customer satisfaction. The study population has been developed based on people involved and stakeholders of the company in a total of 332 customers, to whom a satisfaction survey has been applied related to the quality of consists of 26 items. The research is at a descriptive level and quantitative approach, in addition to the survey as a technique and the questionnaire as an instrument. In the results it has been determined that 92.45% of respondents indicated that the time factor of attention to claims, also complaints and requirements are the most important. Therefore, it has been concluded that the factors of attention to complaints play a key role in the success of customer satisfaction in the case of the company SICMA S.A.C.

Keywords: Determinants; customer satisfaction; Attention to claims.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se toma el sector de la construcción como uno de los sectores más importantes dentro de las actividades económicas del Perú, ya que con el transcurso del tiempo brinda una unidad económica de bienestar. Por qué el sector construcción es un efecto de tipo multiplicador, como indica la Cámara Peruana de la Construcción, además de dotar de empleo y es generador de trabajo, es por ello que brinda de soporte socioeconómico como sector productivo (Orosco & Cueva, 2022)

Las empresas constructoras tiene una función importante en el mercado, desde el desarrollo de planes estratégicos para otras empresas vinculadas al rubro, además de servicios de formulación de proyectos, el impulso dinámico económico en el lugar de trabajo, siendo por ello una de las oportunidades de hacer empresa no solo en Colombia, sino a nivel mundial, por ello, es importante como empresa conocer los aspectos más importantes para lograr la satisfacción del cliente, con el propósito de ser competitivos dentro del mercado actual, que con el avance tecnológico y la globalización hace más aún difícil el mantener y sostenerse, ya que involucra la actualización y adaptación a un mundo más dinámico y técnico (Calderón, 2019).

El sector de las construcciones da un aporte importante en el crecimiento de las ciudades, ya que permite la inversión de los presupuesto y capitales, esto en función de los ingresos que percibe el país por medio del pago de tributos, teniendo el propósito de desarrollo de otras industrias. El sector de construcción tiene la función de mejorar los infraestructura y dotar de los elementos básicos para la ciudadanía (viviendas, parques, mercados, centros comerciales, hoteles), siendo de desarrollo importante tanto en el sector público como en el sector privado (La Rosa & Huamán, 2019).

De la parte de sector construcción, se ha determinado que el área de la economía, se ha desarrollado actualmente en la Cuarta Revolución Industrial, es por ello que se han establecido las oportunidades de mejora de los negocios, es por ello que se ha replanteado los paradigmas a nivel de la producción, el sector de la construcción junto con el sector de las energías permite, generar alternativas enfocadas en el surgimiento de otras ramas especializadas como la informática, electrónica, es por ello que hoy en día se centra en el avance de la ciencias, siendo determinante para la mejora de calidad de servicios (PMG, 2021)

Según el párrafo anterior, hace énfasis en el avance tecnológico actual, por ello se debe de hacer impulso en la realización la adaptación al entorno actual donde vivimos, teniendo en consideración cinco pilares importantes, como es el liderazgo hacia los entornos digitales, la visión y estratégica de la organización para este caso de las empresas del rubro de la construcción, además de las forma de trabajo, de personas y de la cultura organizacional, otro de los pilares es el proceso de digitalización de cada uno procesos operativos, estratégicos y de apoyo de la empresa, de esta manera garantizar las tomas de decisiones más puntuales, finalmente tener el pilar de la tecnología y el manejo de datos, como herramienta de mejora y de soporte tecnológico, todo englobado en dos grupo que son el cambio organizacional, en el cual se ha de medir la intensidad de cambio a nivel de personas, del negocio, el método de trabajo en el entorno actual, también se ha de considerar la intensidad de adopción a nuevas tecnologías de trabajo, dentro de ellas el manejo de datos actual, todo ello permitirá tener el control de información para la satisfacción de los clientes.

El sector construcción se ha involucrado entre los sectores más importantes en la parte de rentabilidad, esto en función de los últimos años, siendo por ello importante considerar un importante gestor de mano de obra, ya que demanda este sistemas, esto en el mejor de los casos hace como efecto multiplicador para las mejoras de la economía, siendo un motor de generación de desarrollo para regiones y para países (Salazar, 2020).

Con respecto a los métodos de trabajo utilizados dentro de las empresas del rubro de construcción, se ha venido evolucionando, de manera importante como efecto de la globalización, es por ello que los lineamientos que se establecen desde la calidad, que son teorías emergentes de la parte oriental del mundo, que son estructurados y son sustentados en términos de la filosofía de calidad. Es por ello que la satisfacción de clientes, está ligado con los requisitos de calidad, que se relacionan con el servicio de alta calidad, en este proceso se hace énfasis en la generación de importantes tareas, por ello se ha de considerar de manera importante de aplicación de instrumentos de medida para lograr los objetivos de la organización (C. Rojas et al., 2020).

En el Perú, uno de los sectores importantes y rentables es la construcción, el cual forma parte de la columna vertebral de la economía del país, ya que permite la inversión del sector público y además de las inversión del sector privado, esto generalmente en obras de infraestructura en todo el país, ya sea de obras como hospitales, colegios, parques, plantas de generación de energía, obras viales, entre otros, dentro las empresas constructoras se tiene a GyM S.A., JJC, ICGSA, COSAPI (Bresani et al., 2018).

En el año 2021, COSAPI fue una empresa que ha venido trabajando de manera importante en los procesos de integración, además de la intensificación de modelo de trabajo cooperativo, por lo que demuestra el los factores importantes para el éxito como empresa, viene por parte de esfuerzo en el manejo de situación difíciles por medio de aplicación de tecnologías actuales, a la vez del enfueto integral que se tiene, esto implica también a los clientes y el involucramiento de proveedores, esto por medio del manejo de clima laboral, que permite trabajar en función de valores como el respeto, la responsabilidad, la integridad y la confianza (COSAPI, 2021).

Se enfoca en la parte de clientes por medio del trabajo en equipo, además como empresa es un modelo de cómo se puede trabajar de forma integral, con el desarrollo de valores, que fomenta el uso de las nuevas tecnologías, que en principio nos tiene más intensificado y unidos a tiempo real con los clientes, siendo una ventaja competitiva importante, por ello, las organizaciones en la actualidad, deben de considerar el avance tecnológico como factor determinante para tener mejor manejo la gestión, el manejo de la parte de servicios, el seguimiento de avances de obras y proyectos, la planificación, el aseguramiento de las buenas prácticas todo ello, con la mejorar el nivel de atención del cliente, la reducción de quejas por parte de ellos, la atención de reclamos, además de la generación de satisfacción de los clientes, lo que conduce a un solo camino que es la satisfacción del cliente.

Otro de los factores externo es el análisis de la política, siendo por ello importante considerar la situación de la estabilidad política por parte del gobierno, es por ello que le gobierno debe establecer criterios de manejo de situaciones externas. Siendo por ello la aplicación en proyectos de infraestructura, que pertenece a la parte de obras y proyectos de construcción que, suman un total del 10% del Producto Bruto Interno (PBI) (Reymer et al., 2016).

Lo que ha implicado conocer que factores internos y externos están en la posibilidad de interferir en la generación de un ambiente cálido para el desarrollo de empresas del rubro de la construcción, que permitan a la vez mejorar el nivel de satisfacción de clientes, buscar dar un mayor valor agregado a los productos y servicios que ofrecen.

En un análisis a nivel macro, se pueden considerar factores como la política, los problemas sociales, la economía, la salud, el avance tecnológico, las normas legales, leyes, entre otros, como influyentes para la toma de decisiones como organización que si o si tienen efecto dentro de las decisiones de compra, satisfacción de clientes.

Siendo el problema de investigación basado en conocer los factores que más influyen en la determinación del nivel de satisfacción de los clientes, es por ello que se hace la siguiente cuestión:

¿Cuáles son los principales factores determinantes para lograr la satisfacción de los clientes para el caso de la empresa SICMA S.A.C.?

La presente investigación se enfoca en una empresa dedicada al rubro de la construcción, dentro del cual aborda cinco requisitos importantes de la calidad, como el servicio técnico y gerencias, el servicio de desarrollo y la ejecución de obra, el nivel efectivo de planificación de actividades en obra, el aseguramiento de las buenas prácticas en la ejecución y la calidez de atención al cliente, quejas y reclamos.

Se ha el estudio con el propósito de conocer que factores son los más determinantes que permitan lograr el nivel de satisfacción del cliente, esto a la vez nos permite como empresa lograr los objetivos estratégicos como organización, a fin de fortalecer los aspectos que se encuentran bien, y con el compromiso de mejorar los aspectos débiles que tenemos como empresa.

Factores determinantes involucrados en el éxito de empresas del rubro de la construcción

Uno de los factores determinantes el marketing se maneja en función de límites de trabajo, este se puede considerar la presentación de producto, diseño, el establecimiento de precios, que son parte de la gestión de marketing, es por ello que se han comprometido, es por ello que se usó de manejo de herramientas virtuales permiten mejorar el rendimiento de las personas, entre estas herramientas de gestión, por ello el uso de herramientas digitales que sirven de soporte para las microempresas, las pequeñas y las medianas empresas, lo que hace que se tengan mejores oportunidades para su extensión (Fernández & Quispe, 2021).

Es por ello que, se ha considerado la satisfacción del cliente, como un medio de sostenibilidad, esto por medio de la calidad y la atención que se le brinda a los clientes, dentro de ellas cobertura en el mercado que se da, en ello también se involucra los aspectos de cambio de jefatura por parte de jefes y de gerente, lo que también lleva cambio de perspectivas con relación a la organización, algunos de esas decisiones llegan con la adopción de nuevas tecnologías, en este ambiente, se debe de capacitar al personal para su adaptación.

Dentro de los factores importantes que tiene la satisfacción del cliente, podemos encontrarnos con los ambientes, instalaciones y los medios de comunicación que son parte de los elementos tangibles, otro factor importantes la fiabilidad que se tiene, en el cual se involucra con la capacidad de realizar el servicio, la capacidad de respuesta que posee la empresa que permite tener la colaboración de los clientes y de los servicios eficaces, otros de los factores más importantes es la seguridad que permite conocer el nivel de credibilidad que se tiene, además aporta de confianza a los trabajos realizados, luego de ello nos podemos referir a otro factor como la empatía, que permite ser un factor que aplica interés y la atención necesaria con el cliente.

Dentro de los factores importantes considerados en tener éxito con la empresa del rubro de la construcción se ha determinado los factores de satisfacción del cliente, el nivel participación que se tiene dentro del mercado actual, además de los mecanismos de fidelización de clientes, que son estrategias a nivel empresarial, para ello se debe de trabajar en aspectos del capital humano, que deben de estar capacitados, la seguridad en el momento de realizar las operaciones, la tecnología con la que trabajan, en ello también influye la calidad de los procesos o servicios prestados, finalmente todo ello engloba un asunto importante que el valor económico que se tiene, la rentabilidad que se debe de generar, además de la eficiencia del trabajo (K. Gonzales, 2019).

Los factores determinantes en el sector de la construcción, desde el punto de vista de actores, se tiene a los usuarios, que son las personas encargadas de brindar su perspectiva como satisfacción, también hay normativas, en el caso de empresas que brindan asesorías para la adquisición de algún inmueble, también se guían por la parte de atención y seguimiento a los clientes, con el fin de facilitar la buena adquisición de ellos, además de la aceptación de estos bienes, por ello se tiene consideración del servicio de asesoría, que permite la seguridad en la adquisición de bienes (Bresani et al., 2018).

La confianza, la seguridad y empatía son elementos importantes a la hora de generar satisfacción y garantía dentro de las personas, por ello, son considerados elementos importantes en la en el logro de satisfacción de clientes, en el rubro de construcción.

Como factores importantes para la satisfacción del cliente, se ha logrado reconocer las alianzas estratégicas, la capacitación en calidad, el trabajo como factor de crecimiento y desarrollo, la productividad, los valores y la infraestructura, todo ello se suma con la generación de ambiente más competitivos (Aenza, 2022).

Siendo la comunicación un mecanismo y una estrategia para mejorar el flujo de información dentro de las empresas, en donde la mensajería instantánea juega un papel importante, esto además motiva a mejorar el liderazgo, las capacitaciones, los recursos y su gestión, además brinda de herramientas necesarias para el manejo de la gestión empresarial.

La satisfacción del clientes están en función de factores como la organización de la información, la clasificación de los clientes, la generación y el manejo de datos e información relevante, la determinación de la información cualitativa, la generación de sistemas de manejo visual que sirven de alerta para el seguimiento de clientes, los procesos sistemáticos de trabajo, por ello se debe tener consideración de los clientes, con fines de mejora el nivel de atención se ha considerado la recopilación de la información de clientes, la mejora de atención y rapidez de respuesta, permitir el acceso a información, la organización de la información, todo ello es posible facilitar con la tecnología actual (Navarro, 2021).

En el contexto actual, se ha tenido que las ventas se han reducido, esto por el desconocimiento y el análisis de factores externos, las emergencias sanitarias, la inestabilidad social, económica y política influyen en las decisiones de las personas encargadas, el factor de ventas a cambio de manera importante (Velásquez, 2021).

La calidad juega un papel importante en la gestión de las necesidades de clientes, por ello se ha tenido consideración con qué problemas tiene repercusión en la generación de más problemas secundarios, qué problemas tiene soluciones, la necesidad de uso óptimo de recursos, la gestión de sistemas operativos, la generación de estándares y procedimientos que permitan la resolución de dichos problemas, por ello es importante trabajar en función de la calidad, que involucra básicamente trabajar en función de necesidades y perspectivas que tienen los clientes (E. Gonzales, 2022).

Satisfacción del cliente del sector construcción

Las necesidades del clientes, son susceptibles por medio del consumo por parte de ella, o cuando se hace uso de la prestación del mismo, es por ello que las empresas deben tomar como base el cumplimiento de los requisitos básicos con el fin de superar las expectativas de ellos, es por tanto, una forma de solucionar algún problema que tiene el cliente, a la vez generar una diferencia significativa, por ello se debe trabajar en función de factores individuales, en relación a los aspectos significativos de los proveedores que están relacionados con el clientes, el nivel de autopercepción que tiene el cliente, el tipo de servicio predicho que se hace con son la transacción y el intercambio que se tiene entre el cliente y la empresa (C. Rojas et al., 2020).

El control de gestión es una herramienta administrativa que permite verificar el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos por las organizaciones, durante un período y frecuencia determinada; el propósito del control de gestión es identificar los riesgos preventivamente, permitiendo la toma de decisiones operativas y estratégicas, y el planteamiento de acciones correctivas de forma oportuna para alcanzar las metas previstas. Por otro lado, también se le conoce como el conjunto de actividades a través de las cuales los gerentes de las unidades de negocio, directores de área y administradores financieros de las empresas aseguran que los recursos se utilicen eficaz y eficientemente de cara al cumplimiento de los objetivos señalados para la organización. (D. Rojas & Cáceres, 2021)

Como indica en el líneas arriba, la parte administrativa es importante en el control de organización, vale decir que el éxito empresarial, también está ligado con el planeamiento de actividades, además permite el logro de objetivos, dentro de ellos está la satisfacción del cliente, por lo tanto, esto hace que es la gestión es una herramienta importante para el mejoramiento de las condiciones de cualquier organización.

El sector de la construcción es unos de rubros más dinámicos que posee la economía peruana, puesto que permite el desarrollo del país, ya que contribuye con una parte importan el Producto Bruto Interno (PBI), según los datos del Ministerio de Economía y Finanzas para el año 2021, se tenía el 14% de participación de este rubro en el PBI, además de estar estrechamente ligado con la inversión minera, que también es un rubro importante que permite el desarrollo económico del país (Apaza et al., 2022).

Dentro de los estudios de acerca de temas de satisfacción de los clientes se tiene el tiempo de consulta que se hace, la facilidad de contacto, la competitividad, tiempo de cumplimiento de las especificaciones, entre otros, estos aspectos permiten satisfacer.

Los clientes en el rubro de la construcción tiene un ponderado alto en la negociación siendo en muchos de los casos como promotores de la construcción, puesto que ellos son los que suelen ser los directos encargados de contratar los servicios de empresas del rubro de la construcción, por lo que exigen niveles altos de competencia, además en muchos de los casos se hace procesos de licitación y demás concursos a nivel público, por lo que se hace más difícil la obtención del contrato, todo en función de las bases con las que se debe de trabajar, que finalmente con decisión importante de los mismos clientes (La Rosa & Huamán, 2019).

La satisfacción por parte de los clientes, tiene un nivel de conformidad, además está ligado al bienestar de cada una de las personas, esto tiene un resultado en la comparación que se hace con la entrega de los productos o de la prestación de servicios que se tiene, que frecuentemente tiene que ver con las expectativas que se tiene desde un inicio, esto ayuda a tener un mercado competitivo, en todo ello la competitividad ha sido uno de los paradigma con el que se debe de trabajar, por lo que dentro de ellos se ha de considerar el avance de la ciencia, la tecnología y la innovación (Salazar, 2020).

La satisfacción que tienen los clientes dentro de los procesos de rendimiento de acuerdo a los trabajos que se ejecutaron por el personal. Tienen expectativas al momento de ingresar a aceptar la propuesta de diseño de una de las empresas y esto hace que se obtenga satisfacción al momento de culminar con el servicio y/o proyecto, en ello se debe manejar el sistema de gestión de calidad (Mounshelly, 2022).

El trabajo de investigación se hace en el contexto interno de la empresa, con fines de que sea material bibliográfico para futuras investigaciones.

El objetivo de la investigación es conocer que factores son los más determinantes, los cuales permiten lograr la satisfacción del cliente, es por ello que se hace énfasis en el estudio de los factores internos y externos de la empresa, además de considerar, los requisitos exigidos de calidad.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada en la presente investigación es el enfoque cuantitativo, en el cual se ha de desarrollar el análisis de los datos específicos de la encuesta y su correspondiente interpretación, en este, se ha utilizado la encuesta como técnica de investigación, conjuntamente con el cuestionario como instrumento de recolección de información.

El tipo de investigación utilizado es aplicada, puesto que busca solución un vacío de conocimiento hacer de los factores que son determinantes para el logro de la satisfacción de clientes de la empresa SICMA S.A.C., además de ser a nivel descriptivo, en el cual se hace a descripción de cada uno de los resultados conglomerados de los requisitos de calidad, que deben de satisfacer con las necesidades de los clientes, en otras palabras, se hace análisis de los diferentes factores de la empresas.

La población de estudio de basa en 332 clientes, a los cuales se ha aplicado una encuesta de satisfacción relativos a los aspectos de calidad, siendo el trabajo de muestra realizada por medio de la estimación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N: Tamaño de población, para nuestro caso es de 332 clientes de la empresa SICMA S.A.C.

n: Muestra representativa

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso, se determina con (1-p)

e: Es el error estadístico estándar que tiene un valor de 0.05

Z: Es el valor del intervalo de confianza al 95%, cuyo valor es de 1.96

Ello reemplazado en la expresión es:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot (0.50)(0.50) \cdot (332)}{0.05^2 \cdot (332 - 1) + 1.96^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = 178.33 = 178 \text{ clientes}$$

Por lo tanto, se tiene el tamaño de la muestra a 178 clientes.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultados se ha de mostrar lo que se ha procesado hasta ahora, como lo es el cuestionario SICMA SAC, esto con fines de revisión, de los seguimientos correspondientes, se ha logrado

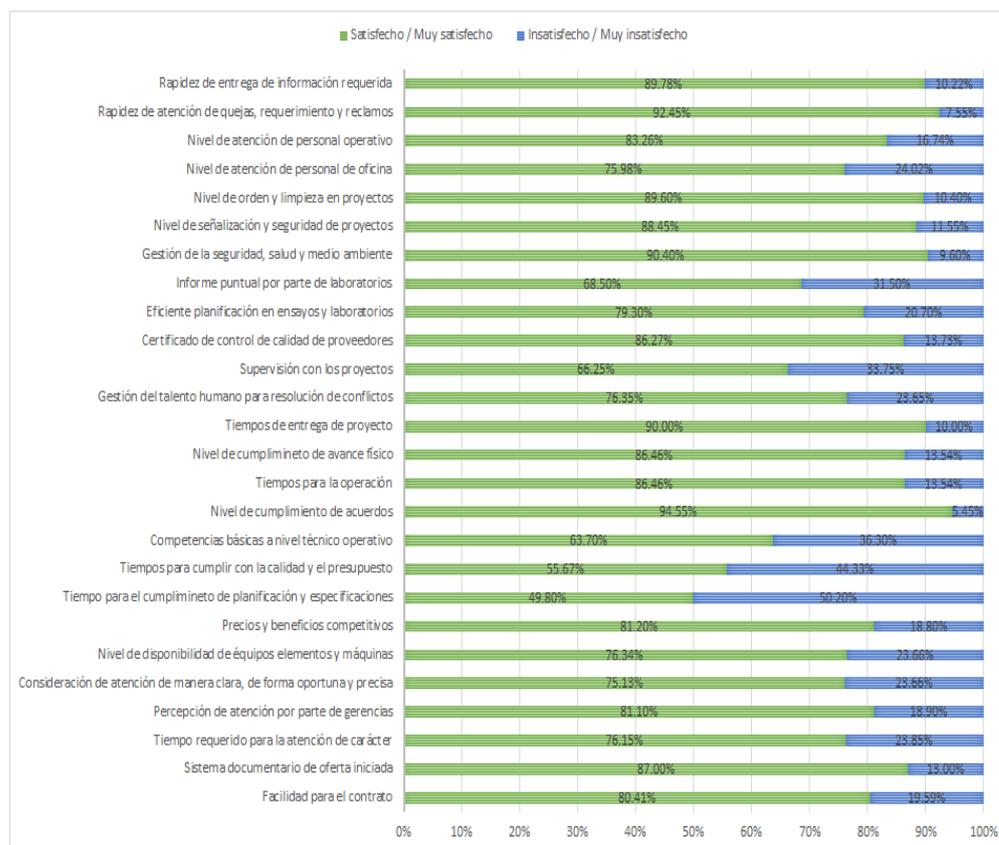
medir el nivel de satisfacción de los clientes por medio de la aplicación de cuestionarios que relacionan a la empresa y al cliente, esto se hace en función del nivel de servicio de la empresa, En torno a la metodología de trabajo se tiene que fue basado en los clientes, esto se ha desarrollado entorno al 95% de confianza, en el cual se ha tenido 332 clientes o partes interesadas que ha apoyado en la obtención de datos, por lo que se ha considerado tener criterio de trabajo para la empresa, como son:

- El nivel de servicio a una escala técnica y el resto de áreas
- El nivel de servicio a nivel de desarrollo y parte operativa
- La efectividad en la planificación de tareas y actividades en los proyectos
- El nivel de seguridad en la realización de buenas prácticas
- La calidez que se tiene con el cliente, la rapidez de resolución de reclamo

Tabla N°01: Resultados de las encuestas aplicada sobre satisfacción

N°	Características para la evaluación del cliente	Satisfecho / Muy satisfecho	Insatisfecho / Muy insatisfecho
El nivel de servicio a una escala técnica y el resto de áreas			
1	Facilidad para el contrato	80.41%	19.59%
2	Sistema documentario de oferta iniciada	87.00%	13.00%
3	Tiempo requerido para la atención de carácter	76.15%	23.85%
4	Percepción de atención por parte de gerencias	81.10%	18.90%
5	Consideración de atención de manera clara, de forma oportuna y precisa	75.13%	23.66%
6	Nivel de disponibilidad de equipos elementos y máquinas	76.34%	23.66%
7	Precios y beneficios competitivos	81.20%	18.80%
El nivel de servicio a nivel de desarrollo y parte operativa			
8	Tiempo para el cumplimiento de planificación y especificaciones	49.80%	50.20%
9	Tiempos para cumplir con la calidad y el presupuesto	55.67%	44.33%
10	Competencias básicas a nivel técnico operativo	63.70%	36.30%
11	Nivel de cumplimiento de acuerdos	94.55%	5.45%
La efectividad en la planificación de tareas y actividades en los proyectos			
12	Tiempos para la operación	86.46%	13.54%
13	Nivel de cumplimiento de avance físico	86.46%	13.54%
14	Tiempos de entrega de proyecto	90.00%	10.00%
El nivel de seguridad en la realización de buenas prácticas			
15	Gestión del talento humano para resolución de conflictos	76.35%	23.65%
16	Supervisión con los proyectos	66.25%	33.75%
17	Certificado de control de calidad de proveedores	86.27%	13.73%
18	Eficiente planificación en ensayos y laboratorios	79.30%	20.70%
19	Informe puntual por parte de laboratorios	68.50%	31.50%
20	Gestión de la seguridad, salud y medio ambiente	90.40%	9.60%
21	Nivel de señalización y seguridad de proyectos	88.45%	11.55%
22	Nivel de orden y limpieza en proyectos	89.60%	10.40%
La calidez que se tiene con el cliente, la rapidez de resolución de reclamos			
23	Nivel de atención de personal de oficina	75.98%	24.02%
24	Nivel de atención de personal operativo	83.26%	16.74%
25	Rapidez de atención de quejas, requerimiento y reclamos	92.45%	7.55%
26	Rapidez de entrega de información requerida	89.78%	10.22%

Gráfica N° 01. Nivel de resultados para la satisfacción de clientes



Del gráfico N°01, se ha obtenido el nivel de satisfacción del cliente, aplicado por medio del cuestionario, en el cual se ha evaluado se manera importan, si están satisfecho o no, en dos partes si lo están de manera importante o no, es por ello que conforme ello, se tiene varios aspectos que se han de considerar, como son el nivel de cumplimiento de especificaciones y de la planificación en el cual se la tenido un valor relativamente bajo de 50.20% de insatisfacción. Otro de los valores bajos que se ha obtenido es el cumplimiento de calidad y el presupuesto con el 44.33%, otro de los niveles bajos se tiene en las capacidad técnicas con el 36.60% de nivel de insatisfacción, siendo entre estos tres los niveles más alto de insatisfacción, es por ello que son los factores determinantes con los que se debe de trabajar. Del mismo modo, se tiene factores determinantes fuertes, como el caso del cumplimiento de contrato, que tiene un nivel alto de 94% de satisfacción, otro de los factores importantes, la rapidez para la mejora de quejas, reclamos y requerimiento, con el 92.45%, además del buen manejo integral de gestión de la seguridad, salud y ambiente, con

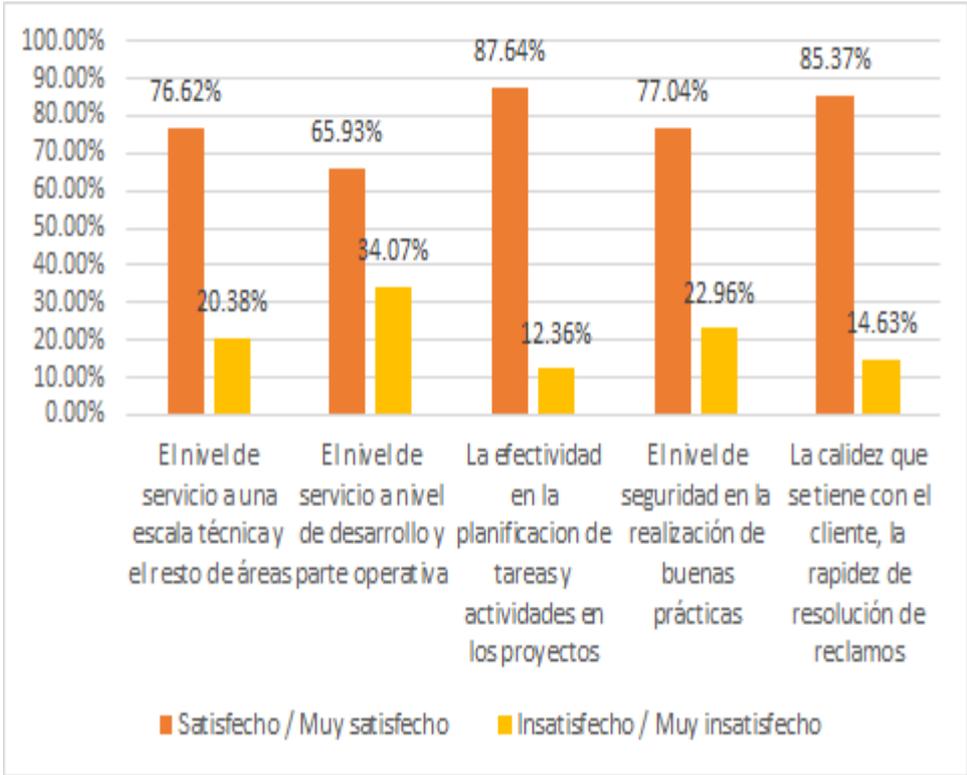
90.40% de satisfacción por parte de los clientes, esto ha de determinarse por medio de la satisfacción posteriormente aplicado otro cuestionario de satisfacción.

Con relación a los requisitos globales se tiene como resumen lo siguiente:

Tabla N°02 Resultados del nivel de satisfacción en función de requisitos

Requisitos	Resultados	
	Satisfecho / Muy satisfecho	Insatisfecho / Muy insatisfecho
El nivel de servicio a una escala técnica y el resto de áreas	76.62%	20.38%
El nivel de servicio a nivel de desarrollo y parte operativa	65.93%	34.07%
La efectividad en la planificación de tareas y actividades en los proyectos	87.64%	12.36%
El nivel de seguridad en la realización de buenas prácticas	77.04%	22.96%
La calidez que se tiene con el cliente, la rapidez de resolución de reclamos	85.37%	14.63%

Gráfica N°02: Resultados por requisito del nivel de satisfacción de los clientes



Como se observa en el gráfico N°02, se tiene los resultados de satisfacción por requisito en el cual se ha considerado que los requisitos de nivel de servicio a una escala técnica y el resto de áreas se tiene 76.62%, luego de ello se tiene un valor de 65.93% de satisfacción en el nivel de servicio a nivel de desarrollo y de la parte operativa, el nivel más alto de satisfacción se tiene a nivel de la efectividad en la planificación de tareas y actividades en relación a los proyectos, otro de los valores de satisfacción del clientes se da en la parte del nivel de seguridad en la realización de buenas prácticas de trabajo y el nivel de satisfacción de 85.37% en la parte de la calidez que se tiene con el clientes, con relación a la rapidez de resolución de problemas.

Es importante considerar que dentro de los resultados obtenidos se debe tener importancia en factores como la parte técnica y la parte operativa, por ello, se debe considerar, valores importantes como la rapidez de atención y respuesta frente a clientes y sus reclamos, quejas y requerimientos que se tienen, ya que les entrega información que solicitan, en tanto, la parte administrativa, el cumplimiento del contrato se trabaja en función a los acuerdos entre las partes, por ello es independiente el trabajo, generalmente los clientes ponen los requerimiento

y necesidades para su cumplimiento dentro del contrato con los tiempos, plazos y presupuestos preestablecidos.

Dentro de los resultados se hace énfasis en el dinamismo del negocio, en el cual se ha refiere a la parte de aspectos relacionados al clientes, además que el liderazgo es un importante soporte, es por ello que en sus resultados ha incluido flexibilidad en la comunicación, las acciones que permiten la toma de decisiones correctas, en tanto, los procesos de negociación también permiten tener control de toma de decisiones en situación de emergencias y crisis, otro aspecto importante es la planificación de objetivos claros y precisos (Orosco & Cueva, 2022).

Con relación a los resultados del diagnóstico correspondiente un aspecto importante que permite lograr la satisfacción del clientes, es la gestión logística, así como la parte de proceso de abastecimiento, que está ligado a la mejora de pilares como la organización, los sistemas de información y de los procesos que están relacionados el cliente, es por tanto, que el desarrollo de actividades implica tener contacto con buenos proveedores que permitan el abastecimiento de los requerimientos para la empresa, esto juega además un rol importante en la satisfacción del cliente, puesto que acelera la velocidad de atención de los requerimiento, esto hace posible tanto la satisfacción de los clientes internos, además de tener el control operativo de las actividades, con la adecuada gestión de abastecimiento se incrementa en 20% en nivel de adquisiciones una vez trabajado en la parte de compras y su gestión. (Apaza et al., 2022)

Con los resultados en el estudio de satisfacción, se tenido un 56% de aspecto tangible bueno, en la parte de fiabilidad con un 52%, con calificación de buena, con relación a la capacidad de respuesta de 64% con calificación buena, con el 60% de calificación buena o satisfecha en lo correspondiente a seguridad, el 56% con relación a la empatía que consideran satisfechos (Fernández & Quispe, 2021),

CONCLUSIONES

Se ha logrado determinar los factores determinantes que permiten lograr la satisfacción de los clientes dentro de la empresa SICMA S.A.C., además de desarrollar de manera organizada por requisitos de los aspectos más importantes, como el cumplimiento que se tiene con el contrato,

la rapidez de atención de quejas y reclamos, que son parte esencial de atención a los clientes, esto hace posible la mejora de trabajo, en tanto, se debe de trabajar en relación a los factores de cumplimiento de avances, manejo de presupuesto entre otros, los cuales deben ser oportunidades de crecimiento para la empresa dentro del mercado competitivo de las construcciones.

Se tiene en conclusión que por requisito en el cual se ha considerado que los requisitos de nivel de servicio a una escala técnica y el resto de áreas se tiene 76.62%, luego de ello se tiene un valor de 65.93% de satisfacción en el nivel de servicio a nivel de desarrollo y de la parte operativa, el nivel más alto de satisfacción se tiene a nivel de la efectividad en la planificación de tareas y actividades en relación a los proyectos, otro de los valores de satisfacción del clientes se da en la parte del nivel de seguridad en la realización de buenas prácticas de trabajo y el nivel de satisfacción de 85.37% en la parte de la calidez que se tiene con el clientes, con relación a la rapidez de resolución de problemas.

LISTA DE REFERENCIAS

- Aenza. (2022). Reporte Integrado 2021. *Modelo de Sostenibilidad*, 142.
<https://api.aenza.com.pe/storage/home/pdf/memoria32anual.pdf>
- Apaza, Y., Campos, I., & Rivas, P. (2022). *Propuesta de mejora del abastecimiento de una empresa Constructora en el Perú*.
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3799/Apaza%2C_Yvonne_Trabajo_de_investigacion_Maestria_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bresani, G., Espino, X., Ruiz, W., & Sotelo, L. (2018). Servicio de asesoría integral inmobiliaria. *Servicio de Asesoría Integral Inmobiliaria” Tesis*, 5–24.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1270/2018_MATP_16-1_15_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calderón, R. (2019). *Creación de una empresa constructora y consultoría de obras civiles en los municipios del Departamento de Arauca*.

<https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/f63c8718-4ce7-49a4-ba3e-cb72e4c86736/content>

COSAPI. (2021). *Construimos confianza para transformar vidas. Memoria integrada.*

<https://www.cosapi.com.pe/Upload/documento/misc/cosapi-memoria-integrada-2021.pdf>

Fernández, E., & Quispe, G. (2021). *El marketing de servicios y la satisfacción de los clientes de la empresa Cientecinova M&C Construcción y Servicios Generales Trujillo, 2021.*

https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/8733/1/REP_EDUAR.FERNANDEZ_GERSON.QUISPE_EL.MARKETING.DE.SERVICIOS.pdf

Gonzales, E. (2022). *Modelo de gestión de calidad orientado a la productividad de una empresa constructora.*

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5664/5/TM_GonzalesRamosEdgar.pdf

Gonzales, K. (2019). *Plan de negocio para la creación de una empresa constructora en la ciudad de Monsefú 2018.* <https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/223/1/TESIS.pdf>

La Rosa, C., & Huamán, M. (2019). *Caso Constructora Montalvo : Modernizando el negocio con la implementación de un ERP Mundial.*

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4422/MDE_1982.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Mounshelly, R. (2022). Sistema de gestión de calidad y satisfacción del cliente en empresas constructoras del distrito de Tarapoto - 2022. In *Universidad César Vallejo.*

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/76522>

Navarro, K. (2021). *La gestión eficiente de cartera de clientes en la Constructora Urbanizar S.A.S.* *March,* 1–19.

https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/5026/NAVARRO_MERCADO_KAREN_LORENA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Orosco, G., & Cueva, H. (2022). *Constructora Ingenia S. A . C . : gestionando la crisis 2020 – 2021.*

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5916/MDE_2235.pdf?sequence=2&isAllowed=y

PMG, B. I. (2021). ITDC, Índice de transformación digital de la construcción. *Norma Ecuatoriana de La Construcción*. https://www.pmgchile.com/wp-content/uploads/2022/02/Primera_Version_-Indice-de-Transformacion-Digital-de-la-Construccion_ITD_2021_PMG.pdf

Reymer, J., Rodríguez, B., & Mejía, M. (2016). *Plan estratégico 2017-2021 para la empresa constructora e inmobiliaria TRIADA S.A.C.* https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626168/Reymer_HJ.pdf?sequence=14

Rojas, C., Niebles Nuñez, W., Pacheco Ruíz, C., & Hernández Palma, H. G. (2020). Quality service as a key element of social responsibility in small and medium size enterprises. *Informacion Tecnologica*, 31(4), 221–232. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Rojas, D., & Cáceres, R. (2021). *Sistema de control de gestión de grandes empresas constructoras de vivienda en Barranquilla*. [https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8589/SISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN DE GRANDES EMPRESAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8589/SISTEMA_DE_CONTROL_DE_GESTIÓN_DE_GRANDES_EMPRESAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Salazar, H. I. (2020). *Plan estratégico y competitividad de empresas constructoras mediana, caso de estudio: Rey Construcciones Generales S.A.C., San Martín de Porres 2020*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53576/Salazar_MHI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Velásquez, A. L. (2021). *Implementación de las redes sociales para captar clientes en la empresa Verde Constructora e Inmobiliaria S.R.L.* https://doi.org/https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5156/TSP_AE_2113.pdf?sequence=1&isAllowed=y

