



FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA
INDUSTRIAL

“PROPUESTA DE UN SISTEMA POSTVENTA PARA
MEJORAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE EN
INMOBILIARQ S.A”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO
INDUSTRIAL

AUTOR:

López Pérez, Fernando Rubén

ASESOR:

Ing. MBA. Alzamora Román, Hermer

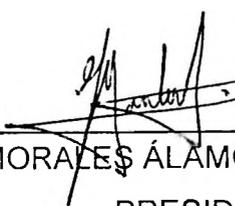
LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial

PIURA-PERU

2014

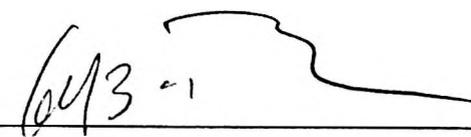
JURADO CALIFICADOR



MBA. ING. MORALES ÁLAMO, GUILLERMO NICANOR
PRESIDENTE



MBA. ING. TORRES LUDEÑA, LUCIANA MERCEDES
SECRETARIO



MBA. ING. CORONADO ZULOETA, IVAN
VOCAL

DEDICATORIA

Le doy gracias primero a Dios por haberme brindado lo más importante que es la salud, sin ella no hubiese podido cumplir los objetivos trazados, además le agradezco porque supo guiarme por el buen camino, darme fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Se la dedico a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño está tesis se las dedico a ustedes:

A mi Padre, José Rubén Lopez Alzamora.

A mi Madre, Rosario Pérez De López.

A mi Hermano, Ricardo López Pérez.

A mi Hermana, Luz Camila López Pérez.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis, doy gracias a Dios por bendecirme, para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

Al Ing. Daniel Ruiz Zapata y Hermer Alzamora Román quienes fueron mis guías desde el inicio hasta el final de este trabajo, por la disponibilidad mostrada en el planteamiento del proyecto y desarrollo de tesis, ya que sin su apoyo no habría sido posible la realización de la investigación.

A todos los profesores, especialistas profesionales, que contribuyeron compartiendo sus grandes conocimientos a lo largo de mi formación profesional.

A la empresa INMOBILIARQ S.A, los colaboradores que apoyaron con su tiempo y proporcionaron la información

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo López Pérez Fernando Rubén con DNI N° 42586163, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería industrial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Piura, Noviembre de 2014.

López Pérez, Fernando Rubén

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada: "Propuesta de un sistema post venta para mejorar la calidad en el servicio al cliente en Inmobiliarq S.A."

Esta Tesis ha sido desarrollada con la finalidad de: Mejorar la calidad en el servicio al cliente en la empresa Inmobiliarq S.A a través de un sistema postventa, en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de ingeniero industrial.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Fernando Rubén López Pérez

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO METODOLÓGICO.....	41
2.1. VARIABLE.....	41
2.1.1 Variable Independiente:.....	41
2.1.2 Variable dependiente:.....	41
2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	42
2.3. METODOLOGÍA	43
2.4. TIPOS DE ESTUDIO	43
2.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	43
2.6. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	44
2.6.1. Población.....	44
2.6.2. Muestra.....	45
2.6.3. Unidad de análisis	45
2.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	45
2.8. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	45
2.9. ASPECTOS ÉTICOS.....	46
III. RESULTADOS	47
3.1 EN RELACIÓN AL NÚMERO DE QUEJAS	47
3.2 EN RELACIÓN A LA ENCUESTA.....	47
3.3 EN RELACIÓN A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	53
IV. DISCUSIÓN.....	55
V. CONCLUSIONES	57
VI RECOMENDACIONES	59
VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
ANEXOS	62

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: PROYECTO ALBOR	62
ANEXO 2: PROYECTO BARI	63
ANEXO 3: PROYECTO CANTIL.....	64
ANEXO 4: PROYECTO DALMA.....	65
ANEXO 5: PROYECTO AVITOLE.....	66
ANEXO 6: PROYECTO FLORESTA.....	67
ANEXO 7: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	68
ANEXO 8: ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	72
ANEXO 9: PROCESO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.....	75
ANEXO 10: DESARTICULACIÓN DEL CICLO COMERCIAL DEL NEGOCIO INMOBILIARIO.	76
ANEXO 11: INDICADORES UTILIZADOS EN EL SERVICIO POSTVENTA.....	77
ANEXO 12: PROCEDIMIENTO EN LA ATENCIÓN DE QUEJAS.....	78
ANEXO 13: MANUAL GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.....	79
ANEXO 14: GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.....	80
TABLA 16: MANUAL GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.....	80
ANEXO 15: GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.....	81
ANEXO 16: MANUAL GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.....	82
ANEXO 17: PROCESO LÓGICO DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.	83
ANEXO 18: ACTA DE PRE ENTREGA	84
ANEXO 19: FORMULARIO PARA LA ATENCIÓN DE RECLAMACIONES.....	85
ANEXO 20: GUÍA DE SERVICIO TÉCNICO	86
ANEXO 21: FALLAS MÁS FRECUENTES REPRESENTADAS EN UN DIAGRAMA DE PARETO .	87
ANEXO 22: NÚMERO DE RECLAMOS INFUNDADOS EN EL AÑO 2013.....	88
ANEXO 23: PORCENTAJE DE CASOS SOLUCIONADOS.....	89
ANEXO24: GUÍA DE OBSERVACIÓN	90
ANEXO 25: LEY DE REGULACIÓN DE HABILITACIONES URBANAS Y DE EDIFICACIONES.....	91
ANEXO 26: PLAN DE SERVICIO POSTVENTA	92

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	42
TABLA 2: TOTALIDAD DE CLIENTES.	44
TABLA 3: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	45
TABLA 4: FALLAS MÁS FRECUENTES EN LA POSTVENTA.....	46
TABLA 5: FORMAS DE COMUNICACIÓN DEL CLIENTE.....	47
TABLA 6: TIEMPOS DE ESPERA DE LOS CLIENTES POR LLAMADA	48
TABLA 7: CAUSAS DE COMUNICACIÓN CON EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE.	49
TABLA 8: PONDERADO DE ATENCIÓN DEL SERVICIO	50
TABLA 9: PONDERADO ATRIBUIDO POR LOS CLIENTES AL SERVICIO AL CLIENTE	51
TABLA 10: PONDERADO ATRIBUIDO POR LOS CLIENTES SEGÚN LA ACTUACIÓN DEL RESPONSABLE DEL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE.....	51
TABLA 11: RENDIMIENTO PERCIBIDO	53
TABLA 12: EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES.....	54
TABLA 13: NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	54
TABLA 14: INDICADORES PARA EVALUAR EL DESEMPEÑO Y LOS NIVELES A ALCANZAR EN CADA SERVICIO.	77
TABLA 15: MANUAL GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.	79
TABLA 16: MANUAL GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.	80
TABLA 17: MANUAL GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.	81
TABLA 18: MANUAL GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.	82

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LOS CLIENTES.....	48
ILUSTRACIÓN 2: PRINCIPALES CAUSAS DE LOS RECLAMOS DE LOS CLIENTES	50
ILUSTRACIÓN 3: PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA QUE TIENEN LOS CLIENTES DE INMOBILIARQ S.A.....	53
ILUSTRACIÓN 4: PROCESO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.....	75
ILUSTRACIÓN 5: DESARTICULACIÓN DEL CICLO COMERCIAL DEL NEGOCIO INMOBILIARIO.	76
ILUSTRACIÓN 6: PASOS A APLICAR PARA UNA CORRECTA ATENCIÓN DEL CLIENTE EN LA GESTIÓN DE QUEJAS.	78
ILUSTRACIÓN 7: PROCESO LÓGICO DE FUNCIONAMIENTO DEL PROCEDIMIENTO.....	83
ILUSTRACIÓN 8: ANÁLISIS DE FALLAS MÁS FRECUENTES UTILIZANDO EL DIAGRAMA DE PARETO.....	87
ILUSTRACIÓN 9: NÚMERO DE RECLAMOS INFUNDADOS EN EL AÑO 2013.	88
ILUSTRACIÓN 10: PORCENTAJE DE CASOS SOLUCIONADOS Y NO SOLUCIONADOS TOMANDO COMO REFERENCIA LAS FALLAS MAS FRECUENTES	89

RESUMEN

INMOBILIARQ S.A, empresa objeto de estudio, es una organización con más de cinco años en el negocio inmobiliario piurano, que se dedica a la promoción y construcción de proyectos inmobiliarios. La investigación se centra en las actividades postventa de los proyectos inmobiliarios finalizados. El estudio descrito en la presente tesis contempla como objetivo general: elaborar una propuesta para mejorar la calidad en el servicio al cliente mediante la implementación de un sistema postventa. Por el tipo de investigación se realizó una elección de muestra no probabilística, dirigiendo una selección directa de los clientes de los proyectos finalizados. Para justificar el objetivo general de la presente investigación, se fundamentó en el uso de un sistema postventa a través de técnicas como encuestas, técnicas de observación e identificación de oportunidades de mejora, estas permitieron conocer la problemática existente, además la presente investigación contempla técnicas de gestión que consideran el procedimiento de quejas y sugerencias, técnicas para la mejora y resolución de problemas, que permite encontrar el problema, identificar las posibles causas del problema, seleccionar las causas que parecen más importantes, fijar la solución al problema, implantar la solución, comprobar los resultados obtenidos y aplicar cambios, estas técnicas permiten brindar los lineamientos para optimizar las actividades postventa y aumentar la satisfacción del cliente.

Palabras claves: Sistema postventa, calidad Del servicio.

ABSTRACT

The INMOBILIARQ S.A., an object of study enterprise, is an organization with more than five years in the real estate business in Piura, which is engaged in the development and construction of real estate projects. The research focuses on the aftermarket activities of completed real estate projects. The study described in this thesis provides general objective: to develop a proposal to improve the quality of customer service by implementing a sales system. For the type of research a choice of non-random sample was conducted by sending a direct customers selection of completed projects. To justify the general objective of this research was based on using an aftermarket system through techniques such as surveys, observation techniques and identification of opportunities for improvement, these allowed to know the existing problems, besides the present investigation provides techniques management to consider the grievance procedure and suggestions for improving techniques and troubleshooting, to find the problem, identify possible causes of the problem, to select cases that seem most important, set the solution to the problem, implement the solution, verify the results and implement changes, these techniques allow to provide guidelines to optimize sales activities and increase customer satisfaction.

Keywords: pos sale system, service quality.