

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 33

Implementación De Un Mecanismo Eficaz De Respuesta a Las Necesidades De Los
Clientes De Inmobiliaria Alcalá S.A.S

Yuliana Miley Aguirre Ramirez

Facultad Ciencias Empresariales
Administración De Negocios Internacionales
Institución Universitaria Envigado

2020

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 33

Tabla de Contenido

Resumen	4
Summary	5
1. Aspectos Generales de la Práctica.....	7
1.1 Centro de práctica.....	7
Razón social	7
Misión.....	7
Visión	7
¿Quiénes somos?	8
Estructura Organizacional	9
1.2 Objetivo de la práctica empresarial.	9
1.3 Funciones.....	10
1.4 Justificación de la Práctica Empresarial	10
1.5 Equipo de Trabajo	10
2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS.....	11
2.1 Título de la Propuesta.....	11
2.2 Planteamiento del Problema.....	11
2.3 Justificación.....	11
2.4 Objetivos	12
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
2.5 Diseño Metodológico	12
2.6 Cronograma de Actividades	13
2.7 Presupuesto.....	14
3. Desarrollo de la Propuesta.....	15
3.1 Marco de Referencia	15
Antecedentes	15
Marco teórico	16
Marco conceptual	18
Marco legal.....	19
3.2 Desarrollo y logro de objetivos	20
Implementar un sistema que permita mejorar la atención al cliente, mediante el software inmobiliario que tiene la compañía (Softinm).....	21
Proponer la implementación de un departamento enfocado en la gestión de peticiones, quejas, felicitaciones y reclamos de los clientes de la compañía.	24
Elaborar encuestas con los empleados, que permitan visualizar la estructura de la misión y visión de la empresa.	24
4. Conclusiones	29
5. Recomendaciones.....	30
6. Referencias	31

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 3 de 33</p>

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Organigrama. Fuente: elaboración propia.....	9
Ilustración 2. Atención al cliente. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.	21
Ilustración 3. Pantallazo Razonero. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.	22
Ilustración 4. Pantallazo Alerta Razonero. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.	22
Ilustración 5. Pantallazo Registro Razonero. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.....	23
Ilustración 6. Tabulación Encuesta. Fuente: elaboración propia	25

Lista Tablas

Tabla 1: Cronograma de actividades. Fuente: elaboración propia	14
Tabla 2: Ficha de presupuesto. Fuente: elaboración propia	14
Fuente: Elaboración propia. Tabla 3 Tabla de Antecedentes	16

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 4 de 33

Resumen

Últimamente las empresas se han dado cuenta que deben enfocarse en la satisfacción del cliente externo, debido a que estos son el activo más importante dentro de una compañía, pues si el cliente externo está satisfecho, se verá reflejado inmediatamente en la prestación del servicio, haciendo que esta sea apropiada y eficaz; ya que un cliente satisfecho da una buena imagen ante los futuros clientes.

Es importante tener en cuenta el papel crucial que tiene la comunicación dentro de lo anteriormente mencionado, puesto que si se da un buen uso de esta entre todas las áreas de la compañía, la compañía será más competitiva y podrá satisfacer las necesidades del cliente, haciendo que este se sienta más acogido, generando así un buen clima laboral y no habrían fallas que impidan la correcta circulación de la información, logrando soluciones más asertivas y eficaces que permitan a la compañía cumplir con sus objetivos a mediano y largo plazo.

Palabras Clave: clientes, misión, visión, comunicación, atención al cliente

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 5 de 33</p>

Summary

Lately companies have realized that they must Focus on external costumers satisfaction, due to they are the most important active inside a company so if external costumers feel satisfied it Will be reflected immediately on the service making it quick and effective therefore a satisfied customer gives a good image to possible future customers.

It's really important to have in account the role that communication plays on the situation mentioned before because if it is properly used in every area, the company Will be more competitive and could satisfy the customers needs, making them feel in good hands and generating a good working environment avoiding failures that don't let circulate positive information, finding effective and assertive solutions that let the company reach goals in a mid and long term.

Keywords: Clients, Mission, Vision, communication, Customer service

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 6 de 33

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS**

Nombre del estudiante	Yuliana Miley Aguirre Ramírez
Programa académico	Administración de Negocios Internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Inmobiliaria Alcalá S.A.S
NIT.	901.294.681-5
Dirección	Calle 37 Sur # 45 A 14
Teléfono	4482488
Dependencia o Área	Apoyo Administrativo
Nombre Completo del jefe del estudiante	José Diego Gallo Riaño
Cargo	Representante Legal
Labor que desempeña el estudiante	Auxiliar Administrativo
Nombre del asesor de práctica	Hernando Isaza Sánchez
Fecha de inicio de la práctica	Agosto 8 del 2020
Fecha de finalización de la práctica	Febrero 8 del 2020

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 7 de 33

1. Aspectos Generales de la Práctica

1.1 Centro de práctica

Razón social

Inmobiliaria Alcalá S.A.S

Misión

Inmobiliaria Alcalá S.A.S es una empresa que brinda calidad y servicio a todos sus clientes con una profunda responsabilidad social y que reconoce esta última como una función de la gestión inmobiliaria, caracterizada por buscar la excelencia profesional y la calidad humana de su personal.

Estamos comprometidos con la búsqueda de los espacios idóneos requeridos por nuestros clientes pretendiendo satisfacer todas las necesidades del sector inmobiliario buscando imponernos y adaptamos al cambio del sector.

Visión

Para el año 2025 nos destacaremos como una empresa idónea que brindará soluciones en el sector inmobiliario, en la que buscaremos la innovación en cada proceso de acomodación de espacios para nuestros clientes, basada en el propósito de la calidad profesional.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 8 de 33</p>

¿Quiénes somos?

Inmobiliaria Alcalá S.A.S es una empresa dedicada al sector inmobiliario que desde hace 10 años ha venido prestando sus servicios en el sur del Valle de Aburra.

Su personal competente, calificado y experto se ha caracterizado por una aptitud de excelencia en la prestación de servicios de alta calidad, con un desempeño eficaz y eficiente en los negocios inmobiliarios.

Así, la inmobiliaria es una empresa en su trayectoria ofrece a todos sus clientes la experiencia en la administración de la propiedad raíz, la trayectoria en los negocios, la calidad y viabilidad de nuestros productos y servicios, el respaldo patrimonial de la empresa y el aprovechamiento de la oportunidad de negocio.

En sus diferentes departamentos ha ofrecido un trabajo transparente, confiable y respetuoso, satisfaciendo a sus clientes en el amplio portafolio de servicios ofrecidos mediante un desempeño profesional y técnico.

Estructura Organizacional

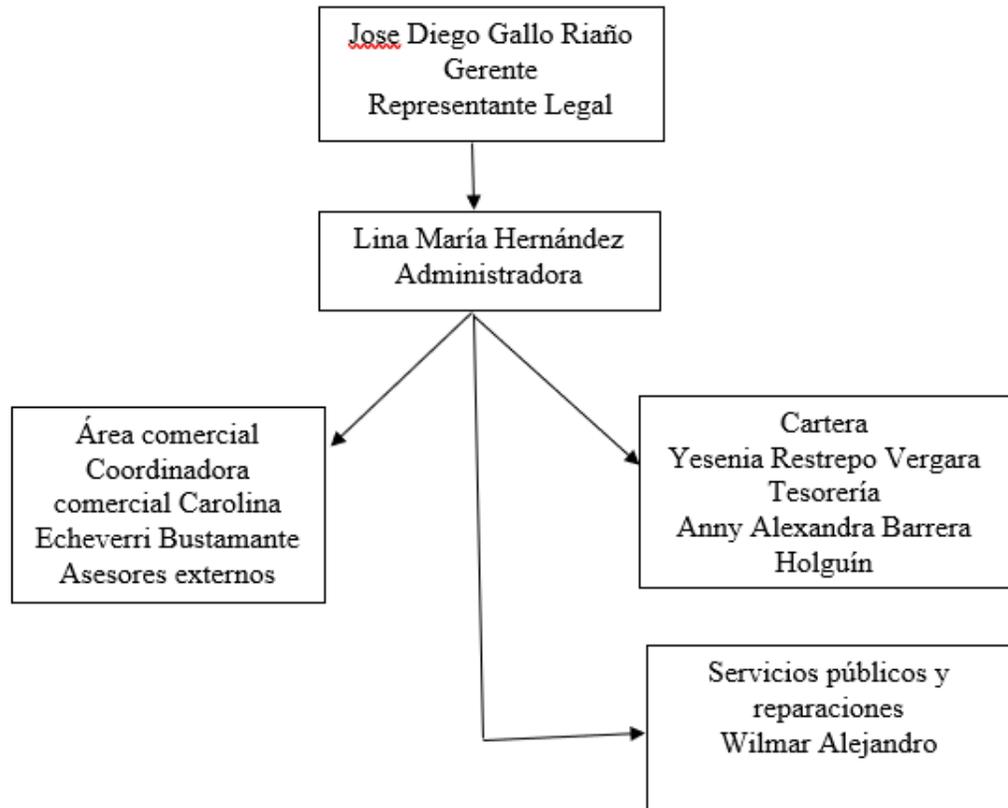


Ilustración 1. Organigrama. Fuente: elaboración propia

1.2 Objetivo de la práctica empresarial.

- Aplicar los conocimientos recibidos durante la formación académica.
- Fortalecer el aprendizaje y aplicar todo el conocimiento en la práctica.
- Complementar las competencias necesarias para el desarrollo como profesional adquiriendo una nueva experiencia.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 10 de 33

- Cumplir con las expectativas de práctica empresarial para poder obtener el título de Administrador de Negocios Internacionales de la Institución Universitaria de Envigado.

1.3 Funciones

- Estructurar e implementar la misión y visión de la compañía.
- Orientación de los procesos Administrativos con los clientes.
- Supervisión y orientación de la forma de pago de los clientes, (Arrendatarios y Propietarios).
- Mejoramiento en los procesos de respuesta a los clientes.

1.4 Justificación de la Práctica Empresarial

A través del conocimiento adquirido durante la carrera de administración de negocios internacionales en la Institución Universitaria de Envigado, como practicante se cuenta con las capacidades para realizar una mejora en los procesos administrativos de la compañía, ayudando así a la materialización de nuevas ideas y objetivos que ayudaran a Inmobiliaria Alcalá S.A.S, a mejorar en cada uno de los procesos que lleva a cabo con sus clientes. Aportando a la mejora continua de estrategias y habilidades para sobresalir frente a la competencia.

1.5 Equipo de Trabajo

Se conformará un equipo de trabajo el cual tendrá como objetivo, mejorar los procesos Administrativos y organizacionales. Este estará compuesto por el Representante legal Jose Diego Gallo Riaño, la Administradora Lina María Hernández y la practicante Yuliana Miley Aguirre Ramírez.

Juntos aportaran los conocimientos necesarios para llevar a cabo las mejoras planteadas en el plan de fortalecimiento.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 11 de 33

2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Título de la Propuesta

Implementación de un mecanismo eficaz de respuesta a las necesidades de los clientes de Inmobiliaria Alcalá S.A.S

2.2 Planteamiento del Problema

En el sector inmobiliario lo más importante es tener y atender bien a los clientes, ya que son la razón de ser la empresa, de ahí que es importante ser oportunos con las respuestas así como con cualquier solicitud que se presente. Ya que el no tener una respuesta clara y eficaz, hace perder credibilidad y confianza en entre los clientes, propietarios y inquilinos.

También se evidencia que la formulación y aplicación de la Misión y Visión, están desactualizadas frente a la evolución que ha tenido la empresa.

Estructura y aplicación para una solución efectiva en los procesos administrativos actualmente los procesos de respuesta a los clientes y demás procesos tarda mucho en llevarse a cabo, y esto lleva que hallan incomodidades en el foco principal de la empresa que son los clientes.

2.3 Justificación

Una aplicación de un buen procedimiento en la atención al cliente va a permitir dar solución a los problemas de constante quejas, lo que evitaría malos entendidos entre los clientes y los funcionarios de la empresa, que al corregirlos mejoraría el procedimiento interno, además ayudará que los empleados se sientan seguros y apoderados de la información que dan a los

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 12 de 33</p>

clientes y de esta manera, la información brindada sea la necesaria y suficiente facilitando también que los clientes se sientan con la mejor tención.

2.4 Objetivos

En este numeral se listan los objetivos específicos y el general, que servirán para alcanzar el éxito del desarrollo del plan de mejoramiento.

Objetivo General

Implementar un mecanismo eficaz de respuesta a los clientes, que permita una atención oportuna a todos los reclamos, quejas y solicitudes que ingresen a la compañía mediante el Software. Así como replantear la misión y la visión que permitan visualizar las metas y proyectos a futuro de la Inmobiliaria Alcalá S.A.S.

Objetivos Específicos

- Implementar un sistema que permita mejorar la atención al cliente, mediante el software inmobiliario que tiene la compañía (Softinm).
- Proponer la implementación de un departamento enfocado en la gestión de peticiones, quedas, felicitaciones y reclamos de los clientes de la compañía.
- Elaborar encuestas con los empleados que permitan visualizar la estructura de la misión y visión de la empresa.

2.5 Diseño Metodológico

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 13 de 33

Determinar las fuentes y técnicas de recolección de información y el tratamiento de la misma, de tal forma que sea coherente con los objetivos planteados en la propuesta.

El plan de mejoramiento será de tipo cualitativo y de carácter descriptivo ya que se empleará la información de la empresa para plantear las soluciones a los problemas que se plantean en los objetivos.

2.6 Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Inicio de práctica profesional			
Evaluación de posibles propuestas			
Reunión Empresa- Universidad- Estudiante			
Selección de la propuesta			
Aprobación de la propuesta			
Revisión del avance entrega Inicial			
Reunión Universidad- Estudiante			
Revisión de objetivos			
Revisión del avance entrega final			
Revisión de marco teórico			
Revisión de objetivos			
Revisión de citas y referencias			
Reunión Empresa- Universidad- Estudiante			

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 14 de 33

Ultima revisión de la entrega final			
Entrega del informe final definitivo			

Tabla 1: Cronograma de actividades. Fuente: elaboración propia

2.7 Presupuesto

Presupuesto estimado para la realización del plan de mejoramiento en el centro de practicas.

CONCEPTO	TOTAL
Salario estudiante	\$ 5.266.818
Transporte	\$ 100.000
Fotocopias	\$ 50.000

Tabla 2: Ficha de presupuesto. Fuente: elaboración propia

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 15 de 33

3. Desarrollo de la Propuesta

3.1 Marco de Referencia

En el marco referencial se tratan los antecedentes, los marcos teóricos, conceptual y legal que serán las bases teóricas del plan de mejoramiento.

Antecedentes

Existen gran variedad de artículos que exponen los diferentes puntos de vista sobre la importancia del servicio al cliente, Por lo tanto, cabe mencionar que en la realización de este proyecto fueron fundamentales estas investigaciones que a continuación se presentan:

Título del trabajo	Autor	Descripción general
Diagnóstico y propuesta del servicio al cliente para la agencia mientamiento aduanero en Almaviva S.A Sucursal Cartagena	(Canchila Vásquez, 2010)	El objetivo de esta investigación radica en aplicar a Almaviva S.A. (Almacenes Generales de Depósito) sucursal Cartagena el marco teórico y práctico de la gerencia del servicio y las bases teóricas establecidas por el Docente de La Universidad del Rosario Carlos Eduardo Méndez como lo son Elementos para transformar la cultura de las organizaciones hacia la excelencia en el servicio al cliente
Estrategias para generar valor a través del servicio al cliente	(Puello & Orozco, 2012)	El trabajo describe que en el corto, mediano y largo plazo, los mercados y los clientes son y serán cada vez más cambiantes y demandantes por un valor agregado superior, en medio de una competencia que se eleva día a día ;es por esta

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 16 de 33</p>

		razón , que desde el mercadeo se trabaja la tendencia llamada: “cultura de servicio”, como gran pilar y que como filosofía busca satisfacer las necesidades de los clientes y organizar todas las actividades en función de brindarles experiencias siempre gratas al recibir el servicio.
Innovación en procesos de Mercadeo y Ventas en Merquellantas S.A.S	(Ordoñez Olaya, 2013)	Una vez ocurrido el fenómeno globalización, los diferentes sectores de la economía mundial, se han visto inmersos en un sinnúmero de variables que interactúan creando oportunidades y amenazas dentro de los mercados. Debido a esto, diferentes modelos gerenciales son utilizados en un mismo mercado logrando una mayor competitividad y haciendo de estas, empresas exitosas y sobresalientes de las demás.

Tabla 3. Tabla de Antecedentes Fuente: Elaboración propia.

Marco teórico

En un mercado cada vez más cambiante y competitivo los clientes suelen darle mayor importancia a los productos intangibles es decir a los servicios.

“En muchos sectores, los productos y servicios son tan similares que los clientes tienen dificultad para distinguir a que empresa pertenecen” (Pérez Torres , 2006,p.1.1)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 17 de 33</p>

Por esta razón “en un mundo donde competir y marcar la diferencia son la clave para alcanzar un espacio dentro del universo empresarial y corporativo, nada como un buen servicio al cliente para ser diferencial”. (Portafolio, 2014)

“El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados”. (Pérez, 2006, pag.2)

Según la página Crece Negocios, (2015) “El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo”.

“El éxito competitivo de las empresas actuales va más allá de atraer y captar clientes para que adquieran sus productos y servicios; se centran también en lograr su satisfacción y fidelización para maximizar los beneficios económicos” (Pérez, 2006, pag.2)

Pero porque hoy en día es tan importante la fidelización para cualquier empresa Según Scarilli, Marketingdirecto.com, (2015).

El motivo emerge de un aspecto práctico que implica que mantener a un cliente existente es más costo- y tiempo-eficiente que tratar de conseguir uno nuevo: la probabilidad de venderle a un cliente ya existente es del 60-70%, mientras que la de venderle a un sujeto nuevo, va del 5 al 20%, de acuerdo a diversos estudios de marketing. Por esta razón es importante atender a las peticiones y sugerencias de nuestros clientes, todas pueden ser importantes sin importar su complejidad, tener una mente abierta al cambio y al mejoramiento continuo, para luego crear un plan de acción.

Cuando se trata de empresas con gran cantidad de clientes la mejor forma de atender a sus reclamaciones y sugerencias es a través de programas informáticos como es el caso del CRM.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 18 de 33

Por último, trabajar el CRM y desde el CRM. La información del cliente, basada en la CRM es fundamental; es pieza clave, sine qua non, de la Fidelización. Así, toda la gestión de la información se debe orientar a conseguir la satisfacción del cliente, vía la personalización. (Alcaide, 2010, pag.50)

Marco conceptual

➤ Clientes:

Es una persona natural o jurídica que adquiere un producto o servicio a cambio de una gratificación monetaria o algún tipo de intercambio. El cliente en contabilidad tiene el mismo significado anterior. Por otra parte, se le denomina clientela al grupo o cartera de clientes de una empresa (negocio, local comercial). (ConceptoDefinicion, 2020)

➤ Misión:

hace referencia a los objetivos de una empresa, sus actividades y la manera en que funciona la misma. En las misiones empresariales quedan establecidas: Planificaciones, Funciones, Medios, Fines perseguidos. La misión que establezca la empresa deberá ser motivadora, concreta, amplia, y posible (realista, no utópica). (Raffino, 2020)

➤ Visión:

La visión empresarial es la capacidad de proyectar el futuro de una empresa. En un concepto más terminado. Es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el futuro. (Popular, 2017)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 19 de 33

➤ **Comunicación:**

La comunicación es un proceso que nos permite intercambiar información y establecer un tipo de relación social con quienes nos rodean. Por tanto, se trata de un acto dinámico y sistemático que logra que las personas se entiendan y establezcan opiniones o posturas según sea el caso. (Morales, 2020)

➤ **Atención al cliente:**

La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción. (QueSignificado, 2020)

➤ **Metodología:**

La metodología no es más que un conjunto de elementos de tipo racional que se emplean para alcanzar objetivos referentes a una investigación, por ello, al término se le conoce como la metodología de investigación o, en su defecto, como la metodología de un proyecto. (ConceptoDefinicion, 2020)

Marco legal

Artículo 2. Los servicios de gestión y colocación de empleo se prestarán con sujeción a las normas contenidas en el presente reglamento, a lo dispuesto por el Decreto 2852 del 6 de

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 20 de 33</p>

diciembre de 2013, la Ley 50 de 1990 y las demás normas que las reglamenten, modifiquen, adicionen o deroguen, y aquellas que regulan la intermediación laboral en Colombia.

La ley 820 de 2003 “por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones“ Esta ley regula el aumento en los arriendos de inmuebles habitacionales en Colombia, junto a los contratos (derechos y deberes) y garantías. La ley 820 de 2003 contiene 40 artículos que regulan temas tan diversos como los tipos de vivienda habitacional, las obligaciones del arrendador y del arrendatario, la forma y elementos del contrato de arrendamiento, la regulación de los pagos mensuales, cómo realizar notificaciones y pagos, la prohibición de subarrendamiento o depósitos, causas para la terminación de un contrato y toda una legislación para obtener la matrícula de arrendador y ejercer de manera legal en el campo inmobiliario.

Uno de los puntos más importantes dentro de esta ley es el que regula el valor del canon mensual de arrendamiento y el incremento anual. Según la ley, el valor del canon mensual no debe exceder el 1% del valor de la vivienda. Es decir, si su vivienda tiene un costo de 180 millones de pesos, el máximo monto de arriendo que puede cobrar es de 1 millón 800 mil pesos. (Nidos Travel, 2020)

El Habeas Data es el derecho fundamental que tiene toda persona para conocer, actualizar y rectificar toda aquella información que se relacione con ella y que se recopile o almacene en bancos de datos. (Artículo 15 de la Constitución Política de Colombia, Desarrollado por la Ley 1266 de 2008.) (coltefinanciera, s.f.)

3.2 Desarrollo y logro de objetivos

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 21 de 33</p>

Implementar un sistema que permita mejorar la atención al cliente, mediante el software inmobiliario que tiene la compañía (Softinn).

Inmobiliaria Alcalá S.A.S cuenta con un software llamado Softinn; este el sistema que permite realizar cada uno de los procesos de la empresa, como pagos, registro, y lo más importante; en el área comercial se realizan ingresos de inmuebles y clientes que se acercan a la inmobiliaria. Por lo anterior, e vio la necesidad de implementar un mecanismo en Softinn que se llama RAZONERO, el cual permite ingresar e identificar todas las quejas, reclamos y peticiones que lleguen a la empresa. Para tener un control de cuando llega la solicitud se podrá observar que funcionario realiza el registro y a que área pertenece; así mismo el tiempo de respuesta a los clientes.

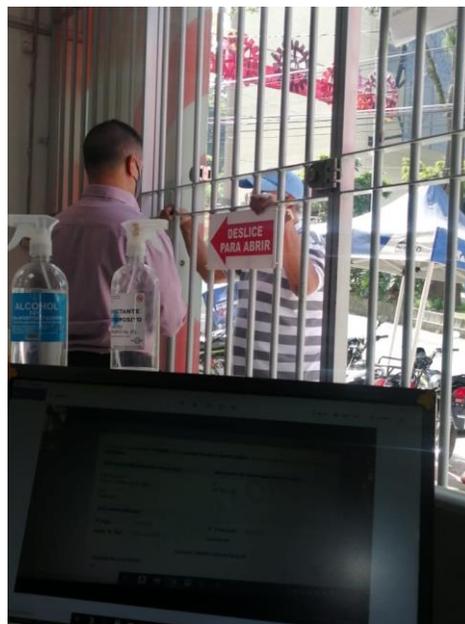


Ilustración 2. Atención al cliente. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.

Paso seguido, se toma la solicitud del cliente, se escucha y se hace un análisis profundo de la necesidad que tiene este, para detectar su inconformidad o necesidad.

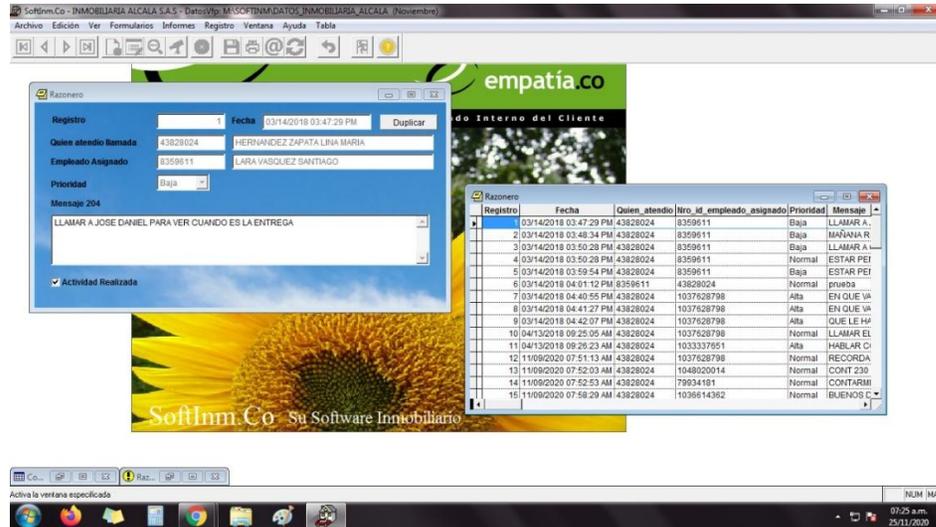


Ilustración 3. Pantallazo Razonero. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.

Cada funcionario de la empresa ingresa la solicitud al RAZONERO y el sistema registra fecha, hora y usuario que ingresa la solicitud y a su vez se identifica el usuario al cual va dirigida la solicitud (área encargada de darle tramite).

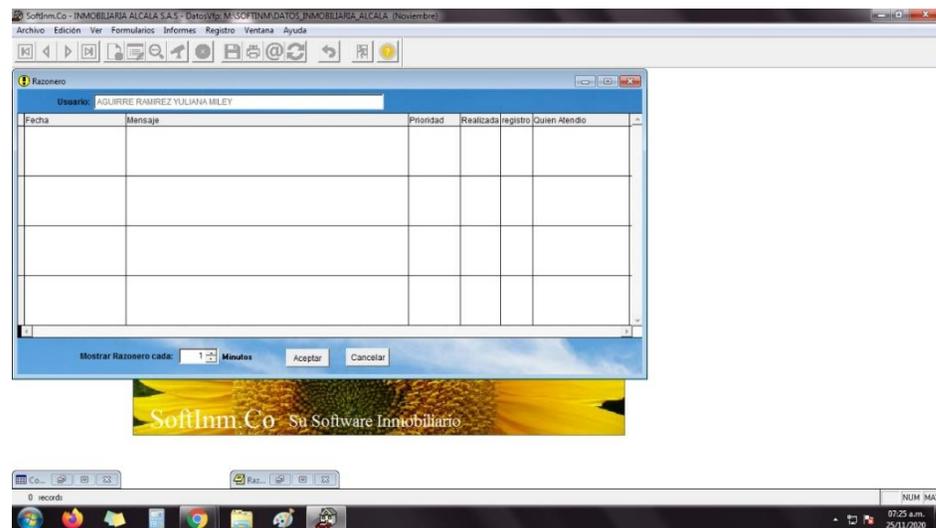
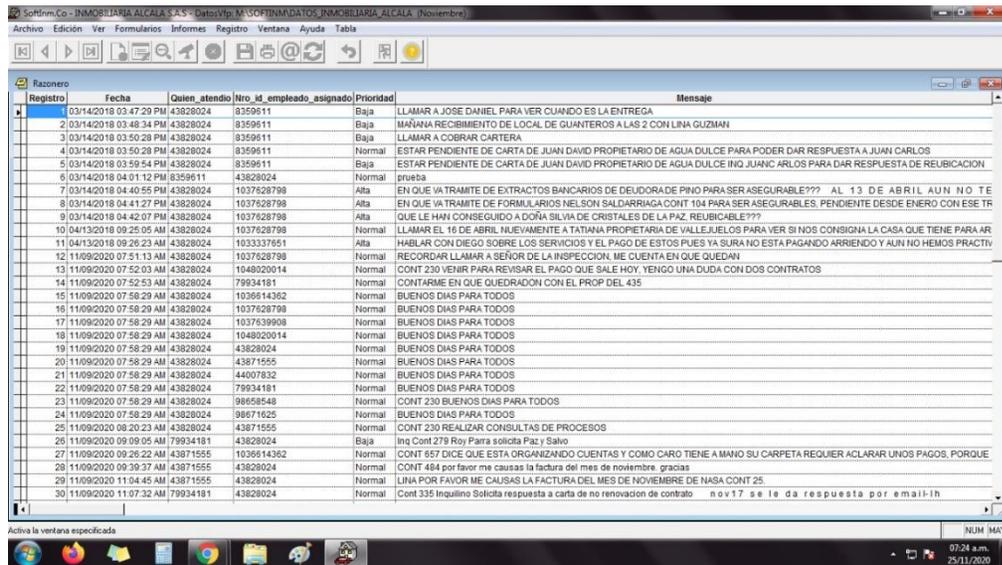


Ilustración 4. Pantallazo Alerta Razonero. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.

Cada vez que un funcionario de la empresa ingrese al sistema le aparecerá una ventana de alerta del RAZONERO donde se observa que solicitudes se le han asignado y cuales continúan pendiente de darle tramite.



Registro	Fecha	Quien_atendio	Intro_id_empleado_asignado	Prioridad	Mensaje
1	03/14/2018 03:47:29 PM	43828024	8359611	Baja	LLAMAR A JOSE DANIEL PARA VER CUANDO ES LA ENTREGA
2	03/14/2018 03:48:34 PM	43828024	8359611	Baja	MAÑANA RECIBIMIENTO DE LOCAL DE GUANTEROS A LAS 2 CON LINA GUZMAN
3	03/14/2018 03:50:28 PM	43828024	8359611	Baja	LLAMAR A COBRAR CARTERA
4	03/14/2018 03:50:29 PM	43828024	8359611	Normal	ESTAR PENDIENTE DE CARTA DE JUAN DAVID PROPIETARIO DE AGUA DULCE PARA PODER DAR RESPUESTA A JUAN CARLOS
5	03/14/2018 03:59:54 PM	43828024	8359611	Baja	ESTAR PENDIENTE DE CARTA DE JUAN DAVID PROPIETARIO DE AGUA DULCE INQ JUHNC ARLÓS PARA DAR RESPUESTA DE REUBICACION
6	03/14/2018 04:01:12 PM	8359611	43828024	Normal	prueba
7	03/14/2018 04:40:55 PM	43828024	1037628798	Alta	EN QUE VA TRAMITE DE EXTRACTOS BANCARIOS DE DEUDORA DE PINO PARA SER ASEGURABLE??? AL 13 DE ABRIL AUN NO TE
8	03/14/2018 04:41:27 PM	43828024	1037628798	Alta	EN QUE VA TRAMITE DE FORMULARIOS NELSON SALDARRIAGA CONT 104 PARA SER ASEGURABLES, PENDIENTE DESDE ENERO CON ESE TR
9	03/14/2018 04:42:07 PM	43828024	1037628798	Alta	QUE LE HAN CONSEGUIDO A DOÑA SILVIA DE CRISTALES DE LA PAZ, REUBICABLE???
10	04/13/2018 09:25:05 AM	43828024	1037628798	Normal	LLAMAR EL 16 DE ABRIL NUEVAMENTE A TATIANA PROPIETARIA DE VALLEJUELOS PARA VER SI NOS CONSIGNA LA CASA QUE TIENE PARA AR
11	04/13/2018 09:26:23 AM	43828024	1033337651	Alta	HABLAR CON DIEGO SOBRE LOS SERVICIOS Y EL PAGO DE ESTOS PUES YA SURA NO ESTA PAGANDO ARRIENDO Y AUN NO HEMOS PRACTY
12	11/09/2020 07:51:13 AM	43828024	1037628798	Normal	RECORDAR LLAMAR A SEÑOR DE LA INSPECCION, ME CUENTA EN QUE QUEDAN
13	11/09/2020 07:52:03 AM	43828024	1048020014	Normal	CONT 230 VENIR PARA REVISAR EL PAGO QUE SALE HOY, YENGO UNA DUDA CON DOS CONTRATOS
14	11/09/2020 07:52:53 AM	43828024	79934181	Normal	CONTARME EN QUE QUEDARON CON EL PROP DEL 435
15	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	1036614362	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
16	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	1037628798	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
17	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	1037639608	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
18	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	1048020014	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
19	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	43828024	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
20	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	43871555	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
21	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	44007832	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
22	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	79934181	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
23	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	98658548	Normal	CONT 230 BUENOS DIAS PARA TODOS
24	11/09/2020 07:58:29 AM	43828024	98671625	Normal	BUENOS DIAS PARA TODOS
25	11/09/2020 08:20:23 AM	43828024	43871555	Normal	CONT 230 REALIZAR CONSULTAS DE PROCESOS
26	11/09/2020 09:09:05 AM	79934181	43828024	Baja	Inq Cont 279 Roy Parra solicita Paz y Salvo
27	11/09/2020 09:26:22 AM	43871555	1036614362	Normal	CONT 657 DICE QUE ESTA ORGANIZANDO CUENTAS Y COMO CARO TIENE A MANO SU CARPETA REQUIER ACLARAR UNOS PAGOS, PORQUE
28	11/09/2020 09:39:37 AM	43871555	43828024	Normal	CONT 484 por favor me causas la factura del mes de noviembre, gracias
29	11/09/2020 11:04:45 AM	43871555	43828024	Normal	LINA POR FAVOR ME CAUSAS LA FACTURA DEL MES DE NOVIEMBRE DE NASACONT 25
30	11/09/2020 11:07:32 AM	79934181	43828024	Normal	Cont 335 Inquilino Solicita respuesta a carta de no renovacion de contrato nov17 se le da respuesta por email

Ilustración 5. Pantallazo Registro Razonero. Fuente: Inmobiliaria Alcalá S.A.S.

Este nuevo sistema permitirá que todas las solicitudes de los clientes que ingresen a la empresa sean registrados y tramitados por cada área correspondiente. Dará solución a los tiempos de respuesta tan lentos que ahora se tienen, ayudando así a darle celeridad a todas estas solicitudes y a poder satisfacer oportunamente a los clientes, y evitar inconformidades relacionadas con los tramites internos de la empresa.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 24 de 33</p>

Proponer la implementación de un departamento enfocado en la gestión de peticiones, quejas, felicitaciones y reclamos de los clientes de la compañía.

La comunicación es primordial dentro de la compañía, y se evidencio que la Inmobiliaria Alcalá tiene un déficit en la respuesta de los PQRS; por eso se pretende implementar un departamento enfocado solo en dar este tipo de respuestas, y buscar la satisfacción del cliente. Para esto es necesario establecer estrategias que permitan una mayor optimización para que la información circule correctamente.

Elaborar encuestas con los empleados, que permitan visualizar la estructura de la misión y visión de la empresa.

Para el caso de estudio, se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos, ya que esta herramienta permite recolectar mucha información en poco tiempo, y su análisis es fácil de realizar; para este caso se realizó una encuesta a los 10 empleados de la compañía.

A continuación, se muestra los resultados de la encuesta realizada:

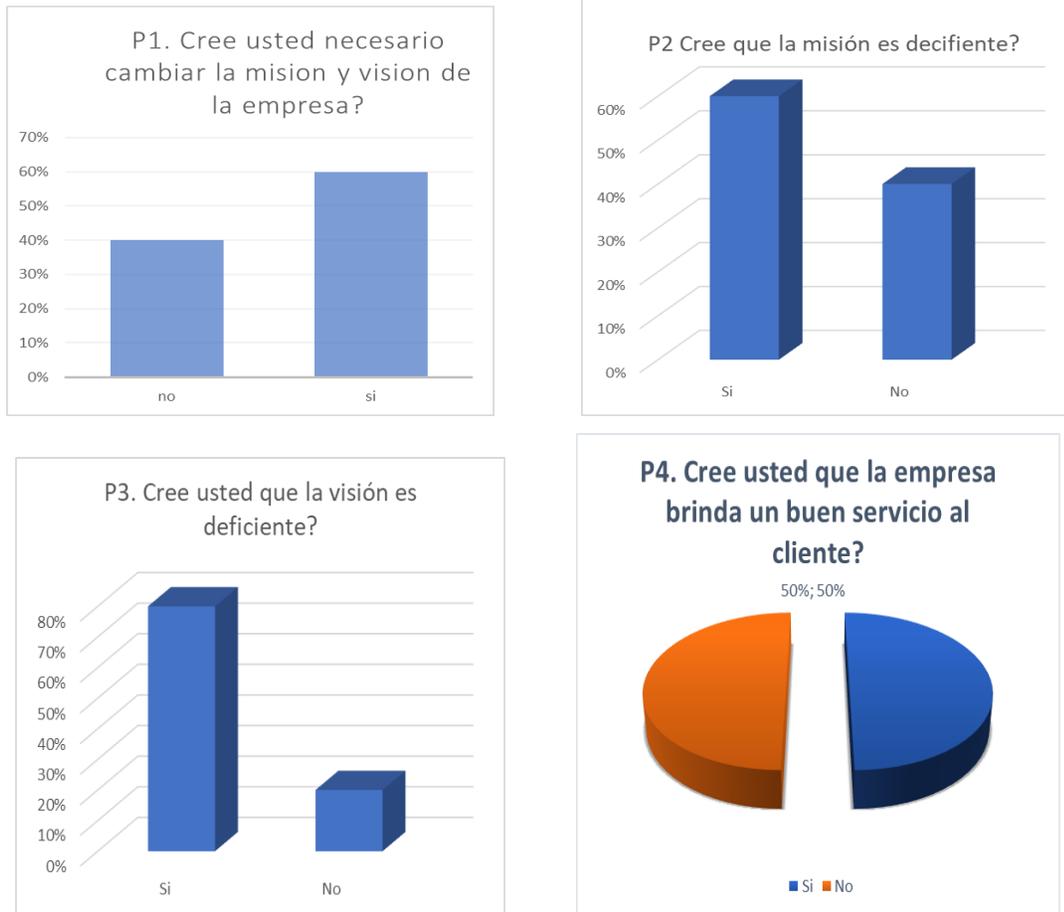


Ilustración 6. Tabulación Encuesta. Fuente: elaboración propia

A continuacion se hace un comparataivo de la mision y vision anteriores y las actuales de la compañía.

➤ **Misión anterior:**

Ser una compañía que brinda seguridad a todos sus clientes en el sector inmobiliario, que ofrece a la comunidad una profunda responsabilidad social y que reconoce esta última como una función de la gestión inmobiliaria caracterizada por buscar la excelencia profesional y la calidad humana de su personal, con la formación integral que exige el mundo contemporáneo.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 26 de 33

Ya que es una empresa comprometida con las inversiones de sus clientes propende por la satisfacción de todas las necesidades del sector interdisciplinario en que busca imponerse, adaptándose a las circunstancias, generando cambios, respetando el entorno y, en síntesis, gestionar verdaderos proyectos de desarrollo urbano.

➤ **Visión anterior:**

En el año 2015 Construcciones Alcalá Limitada, se consolidará y se destacará como un equipo de trabajo idóneo que brindará las más satisfactorias soluciones en el sector de la propiedad raíz, en busca de la excelencia en cada una de las transacciones comerciales, sustento del desarrollo, y basada en el propósito de la calidad profesional.

Así, es la visión de este equipo de trabajo, el abarcar los diferentes cambios, ramas y áreas de la inversión inmobiliaria, y ubicarse siempre a la vanguardia, sensible a las necesidades actuales y futuras, pero con el sello de calidad que siempre lo ha caracterizado.

➤ **Quienes somos anterior:**

Construcciones Alcalá Limitada es una empresa dedicada al sector inmobiliario que desde hace 35 años ha desarrollado diversos proyectos en toda el área metropolitana. Su personal competente, calificado y experto se ha caracterizado por una aptitud de excelencia en la prestación de servicios de alta calidad, con un desempeño eficaz y eficiente en los negocios inmobiliarios. Así, Construcciones Alcalá, es una empresa familiar que con su larga trayectoria ofrece a todos sus clientes la experiencia en la administración de la propiedad raíz, la trayectoria en los negocios, la calidad y viabilidad de nuestros productos y servicios, el respaldo patrimonial de la empresa y el aprovechamiento de la oportunidad de negocio. En sus diferentes departamentos ha ofrecido un trabajo transparente, confiable y respetuoso, satisfaciendo a sus

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 27 de 33

clientes en el amplio portafolio de servicios ofrecidos mediante un desempeño profesional y técnico.

Se vio la necesidad de realizar un cambio en la misión y visión de la empresa, ya que están desactualizadas y su estructura organizacional cambió; por ende, hay nuevos objetivos, metas y un nuevo objeto social en constante evolución.

➤ **Nuevo Misión:**

Inmobiliaria Alcalá S.A.S es una empresa que brinda calidad y servicio a todos sus clientes con una profunda responsabilidad social y que reconoce esta última como una función de la gestión inmobiliaria, caracterizada por buscar la excelencia profesional y la calidad humana de su personal.

Estamos comprometidos con la búsqueda de los espacios idóneos requeridos por nuestros clientes pretendiendo satisfacer todas las necesidades del sector inmobiliario buscando imponernos y adaptamos al cambio del sector.

➤ **Nueva Visión:**

Para el año 2025 nos destacaremos como una empresa idónea que brindará soluciones en el sector inmobiliario, en la que buscaremos la innovación en cada proceso de acomodación de espacios para nuestros clientes, basada en el propósito de la calidad profesional.

➤ **Quienes somos:**

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 28 de 33</p>

Inmobiliaria Alcalá S.A.S es una empresa dedicada al sector inmobiliario que desde hace 10 años ha venido prestando sus servicios en el sur del Valle de Aburra.

Su personal competente, calificado y experto se ha caracterizado por una aptitud de excelencia en la prestación de servicios de alta calidad, con un desempeño eficaz y eficiente en los negocios inmobiliarios.

Así, la inmobiliaria es una empresa en su trayectoria ofrece a todos sus clientes la experiencia en la administración de la propiedad raíz, la trayectoria en los negocios, la calidad y viabilidad de nuestros productos y servicios, el respaldo patrimonial de la empresa y el aprovechamiento de la oportunidad de negocio.

En sus diferentes departamentos ha ofrecido un trabajo transparente, confiable y respetuoso, satisfaciendo a sus clientes en el amplio portafolio de servicios ofrecidos mediante un desempeño profesional y técnico.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 29 de 33

4. Conclusiones

La información clasificada y no compartida a los realmente interesados, causa errores en la operación y desmotivación en los clientes; esto impide que las metas propuestas por la compañía se cumplan a cabalidad. Lo anterior desencadena otro tipo de errores e inconvenientes como inconformidades con el servicio de Inmobiliaria Alcalá S.A.S

Las propuestas presentadas se realizaron con el fin de ofrecer alternativas como un plan de mejora en el aspecto comunicacional y de servicio al cliente, como el RAZONERO y el departamento enfocado en las PQRS, estas herramientas serían valiosas para mejorar la comunicación interna lo cual se vería reflejado en un excelente servicio al cliente.

Una plataforma estratégica bien pensada, direcciona a cualquier empresa hacia el logro de sus objetivos y se convierte con el tiempo en una ventaja competitiva frente a la competencia.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 30 de 33

5. Recomendaciones

- Revisar cada 5 años la plataforma estratégica de la compañía, para ir de acorde con los cambios en los conceptos administrativos y los cambios de la competencia en el sector inmobiliario.

- Se recomienda que el Software (RAZONERO) se aplique, dado que trae a la compañía beneficios muy significativos en la atención al cliente.

- Mantener siempre los objetivos estratégicos de la empresa en pos de la orientación al cliente.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 31 de 33

6. Referencias

Abellón, José. (s.f). Comovenderhoy. Obtenido de <http://comovenderhoy.com/el-arte-de-ofrecer-para-vender-mas-venta-cruzada/>

Alcaide, J. C. (2010). A vueltas con la Fidelización. Edición Primavera.

Bienpensado. (8 de abril de 2014). Obtenido de <http://bienpensado.com/una-forma-simple-de-generar-venta-cruzada/>

Canchila Vásquez, I. L. (abril de 2010). Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1833/45555390-2010.pdf;jsessionid=3CEF1014260BEC802E9780AA7572F644?sequence=1>

Coltefinanciera. (s.f.). Obtenido de <http://www.coltefinanciera.com.co/educacion-financiera/habeas-data>

Crece Negocios. (30 de 10 de 2015). Crece Negocios. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
 Bienpensado. (4 de abril de 2014). Obtenido de <http://bienpensado.com/un-cliente-sabe-lo-que-quiere-mas-no-lo-que-necesita/>

ConceptoDefinicion. (2020). Obtenido de <https://conceptodefinition>

Morales, A. (2020). *TodaMateria*. Obtenido de <https://www.todamateria.com/que-es-la-comunicacion/Popular>. (09 de Febrero de 2017). Obtenido de <https://www.impulsapopular.com/gerencia/el-poder-de-una-vision-empresarial-constituida/#:~:text=La%20visi%C3%B3n%20empresarial%20es%20la,el%20futuro%20>

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 32 de 33

de%20una%20empresa.&text=Es%20una%20declaraci%C3%B3n%20que%20indica,pretende%20convertirse%20en%20el%20f

QueSignificado. (2020). Obtenido de <https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>

Raffino, M. (26 de Mayo de 2020). Obtenido de <https://concepto.de/mision/>

Ordoñez Olaya, E. S. (2013). Obtenido de

<https://www.google.com.co/search?q=Innovaci%C3%B3n+en+procesos+de+Mercadeo+y+Ventas+en+Merquellantas+S.A.S&aq=chrome..69i57.346j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Pérez Torres, V. C. (2006). *Calidad Total en la atención al cliente*. España: Vigo.

Portafolio. (16 de agosto de 2014). Portafolio. Obtenido de

<http://www.portafolio.co/tendencias/buen-servicio-cliente-base-exito-comercial-54830>

Puello, Y., & Orozco, A. (2012). Obtenido de

<http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0062878.pdf>

Roberto Espinosa. (13 de mayo de 2017). Roberto Espinosa. Obtenido de

<http://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>

Scarilli, J. M. (21 de 01 de 2015). Marketingdirecto.com. Obtenido de

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli>

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 33 de 33

Nidos Travel. (2020). Obtenido de file:///C:/Users/Maria%20Clara/Downloads/MARCO-LEGAL-INMOBILIARIO.pdf

Firma del estudiante: 

Firma del asesor 

Firma del jefe en el Centro de Práctica: 