

Prestación del Servicio Inmobiliario bajo estándares Internacionales con la Implementación de la
Cláusula 4 del Manual del Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma NTC-ISO
9001:2015 en la Inmobiliaria Edgar Castro

Edgar Mateo Castro Rodríguez
Código: 2211672

Trabajo de Grado para optar el título de Negociante Internacional

Director
Mg John Jairo Martínez Álvarez
Economista

Codirectora
Ángela María Castro Rodríguez
Ms (c) Ingeniería Industrial

Universidad Santo Tomás - Seccional Tunja
Facultad de Negocios Internacionales
Proyecto de Grado
Tunja
2019

Tabla de Contenido

Introducción	7
Problema de Investigación	8
Planteamiento del Problema	8
Formulación del Problema:	11
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos específicos.	11
Justificación de la investigación	11
Marco de referencia	12
a. Marco teórico	12
b. Marco Conceptual	14
Hipótesis	17
Aspectos Metodológicos	18
Contenido de la Investigación	20
Conclusiones	47
Bibliografía	50

Tabla de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA de la Inmobiliaria Edgar Castro.....	22
Tabla 2. Porcentaje de Cumplimiento de la Inmobiliaria Edgar Castro	23
Tabla 3. Tabla de Chequeo de Requisitos de cumplimiento de la Inmobiliaria Edgar Castro	23
Tabla 4. Tabla de Proceso de Avalúos	33
Tabla 5. Tabla de Proceso de Ventas	34
Tabla 6. Tabla de Proceso de Arrendamientos	35
Tabla 7. Tabla de Proceso Atención al cliente.....	36
Tabla 8. Tabla de Proceso Jurídico	37
Tabla 9. Tabla de Proceso Contable.....	38
Tabla 10. Tabla de Proceso de Mercadeo	39
Tabla 11. Objetivos Financieros de la Inmobiliaria Edgar Castro	39
Tabla 12. Objetivos Clientes de la Inmobiliaria Edgar Castro.	41
Tabla 13. Objetivos Procesos Internos de la Inmobiliaria Edgar Castro	43
Tabla 14. Objetivos de Recursos Humanos de la Inmobiliaria Edgar Castro.....	44
Tabla 15. Plantilla Tabla de Procesos	55

Tabla de Gráficas

Gráfica 1. Utilización de los Servicios de una Inmobiliaria	24
Gráfica 2. Experiencia con los Servicios Prestados por las Inmobiliarias.....	25
Gráfica 3. Finalidad de los Servicios Inmobiliarios	26
Gráfica 4. Experiencia con la Prestación de Servicios Inmobiliarios.....	26
Gráfica 5. Conocimiento sobre Asesoría Inmobiliaria	27
Gráfica 6. Estructura Organizacional de la Empresa.....	28
Gráfica 7. Cantidad de procesos desarrollados en la Inmobiliaria	28
Gráfica 8. Definición de los procesos.....	29
Gráfica 9 . Definición de Procesos para Brindar un Mejor Servicio	30
Gráfica 10. Porcentaje de Cumplimiento Aumentar Rentabilidad en un 7%	40
Gráfica 11. Porcentaje de Cumplimiento Disminuir Costos en un 5%	41
Gráfica 12. Porcentaje de Cumplimiento de Disminuir Rotación de Clientes	42
Gráfica 13. Porcentaje de Cumplimiento de Aumentar la Cantidad de Clientes.....	43
Gráfica 14. Porcentaje de Cumplimiento Aumentar la Publicidad.....	44
Gráfica 15. Porcentaje de Cumplimiento de Aumentar Capacitaciones.....	45
Gráfica 16. Porcentaje de Cumplimiento de Disminuir las Horas trabajadas.	46

Tabla de Figuras

Figura 1. Organigrama Inmobiliaria Edgar Castro	21
Figura 2. Mapa de Procesos Inmobiliaria Edgar Castro	31

Tabla de Anexos

Anexo A. Formato de Encuesta realizada a posibles Clientes.....	53
Anexo B. Formato de Encuesta realizada a trabajadores de la Inmobiliaria Edgar Castro	54
Anexo C. Plantilla Tabla de Procesos	55

Prestación del Servicio Inmobiliario bajo estándares Internacionales con la Implementación de la Cláusula 4 del Manual del Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma NTC-ISO 9001:2015 en la Inmobiliaria Edgar Castro

Introducción

En un mercado competitivo, en constante crecimiento y transformación, es vital para toda organización ir más allá de la satisfacción de la necesidad de sus clientes buscando superar sus expectativas. Para este fin, las organizaciones están haciendo uso de sistemas de gestión de calidad o de sus herramientas, donde promueven la mejora continua en cada eslabón para escoger el producto o servicio adecuado para cada cliente. Debido a lo anterior, se hace necesario fortalecer y desarrollar capacidades en tecnología, procesos, métodos y capacitación de personal, que permitan garantizar condiciones óptimas de trabajo, seguridad y bienestar que sus colaboradores requieren para la perfecta ejecución de sus actividades asegurando la prestación de servicios de alta calidad.

El principal objetivo de la identificación de los procesos en una organización es establecer actividades organizacionales garantizando que estas sean evaluadas y mejoradas continuamente, consiguiendo la consolidación de estrategias sólidas que permitan competir en sectores que día a día son más exigentes, haciendo que empresas en crecimiento, como la INMOBILIARIA EDGAR CASTRO, implementen estrategias para su desarrollo, sostenimiento y posicionamiento regional en el mercado del sector inmobiliario.

En el desarrollo de este proyecto de grado se muestra un diagnóstico de la Inmobiliaria Edgar Castro, así como la identificación de los diferentes procesos desarrollados por la misma, basándose en la cláusula 4 de la Norma NTC -ISO 9001:2015 y el análisis de información recolectada mediante encuestas y bases de datos de la empresa.

3. Problema de Investigación

3.1 Planteamiento del Problema

Para conocer la situación actual de las inmobiliarias en Colombia, es importante reconocer el estado de la actividad constructora. Así, en el Boletín Económico Regional del Nororiente¹ Colombiano del Banco de la República, (Pérez, 2019) se evidencia que en el último trimestre de 2018, la actividad constructora en Nororiente continuó presentando un débil comportamiento, incluso profundizó caídas en indicadores importantes, según sus principales variables coincidentes y adelantadas con el sector.

Dentro de las variables analizadas se encuentra la venta de vivienda, la cual mostró una reducción en cada uno de los departamentos de la región, principalmente en el segmento de vivienda de interés social² (VIS). Respecto a la venta de vivienda nueva, en Nororiente se registró una caída de 18,8% en el último trimestre de 2018, lo que profundizó el descenso del periodo previo y mantuvo las caídas presentadas desde 2016, exceptuando el buen desempeño del primer semestre de 2018. Específicamente en Boyacá, se presentó el retroceso más alto de los últimos seis trimestres, con una notable caída en la comercialización de vivienda social. (Ramirez, 2017)

De acuerdo a la Lonja de Bogotá, un factor que enmarca el devenir del mercado inmobiliario del país, es el desequilibrio estructural entre la oferta y la demanda. Es caso de la oferta, las condiciones actuales del país gracias a los beneficios vigentes como el subsidio a la tasa de interés

1 La región Nororiente de Colombia está definida por los departamentos de Santander, Boyacá, Norte de Santander y Arauca.

2 Vivienda de interés social (VIS): definida como la vivienda cuyo valor no excede 135 salarios mínimos mensuales legales vigentes SMLMV

y el programa “Mi Casa Ya”, que respaldan la inversión en los estratos 3 y 4. (La Lonja de Bogotá, 2018)

En este sentido, aunque los indicadores que tienen que ver con la construcción y adquisición de vivienda vienen de atravesar por momentos difíciles, los expertos del sector coinciden en que el panorama será más favorable. (El Portafolio, 2018). En la actualidad, el mercado inmobiliario ha llegado a un punto de “sofisticación” en donde los proyectos deben ser adaptados de forma rápida y eficiente a las necesidades expresadas por los distintos nichos de mercado. Por lo mismo, es fundamental considerar las micro-tendencias que forman parte del mercado y que son claves dentro de las empresas del sector inmobiliario.

En este orden, la evolución de los sistemas económicos ha generado un incremento en la orientación y poder de decisión del cliente para seleccionar un producto o un servicio adecuado y exigir la satisfacción de sus necesidades. Es así como las empresas, en este caso las inmobiliarias, deben hacer frente a la situación actual para mantenerse vigentes en un mercado donde predomina la satisfacción al cliente, que se logra generando productos y servicios de alta calidad.

Así, una de las principales problemáticas que involucra la situación actual en el que se encuentra la Inmobiliaria Edgar Castro, es la ausencia de un sistema de gestión de calidad, problema en el que se basa el presente proyecto, donde el objetivo principal es aumentar la satisfacción del cliente, gracias a los procesos de mejora continua. Es así, como a partir de un análisis DOFA, en el cual se encuentran las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la Inmobiliaria Edgar Castro, se identifica las diferentes problemáticas (Matriz DOFA.); que refuerzan el supuesto planteado anteriormente.

Planteando como estrategia de mejora, realizar la implementación de la norma NTC-ISO 9001: 2015, ya que actualmente las actividades organizacionales orientadas al cliente que se han

desarrollado en la empresa, se han realizado de una forma orgánica presentando falencias. Por tanto, se hace necesario la búsqueda de herramientas que les permita ser eficaces y competitivos en el mercado actual.

Adicionalmente, se identifica que, aunque dentro de las fortalezas encontradas se resalta el servicio al cliente y la eficacia en los procesos, la Inmobiliaria Edgar Castro no cuenta con una base documental de procedimientos, registros e indicadores que permitan controlar y medir variables decisivas en sus procesos y así mejorar continuamente en la eficiencia y eficacia de estos, cumpliendo con los requerimientos de sus clientes.

De acuerdo a lo anterior, y teniendo en cuenta que la Inmobiliaria Edgar Castro busca una ventaja competitiva en el sector, al igual que el deseo de brindarles a sus clientes un servicio y productos que cumplan con los requisitos exigidos, se toma la decisión, por parte de la Gerencia, de identificar los procesos de la organización basándose en la cláusula cuatro de la norma NTC ISO 9001-2015, lo cual brinda herramientas eficaces para lograr una alta competitividad mediante la medición constante de sus procesos que permita así tomar decisiones estratégicas adecuadas para la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó una encuesta a una muestra de 49 personas, tomando como población a 56 individuos, que durante el mes de Julio, realizaron llamadas a la Inmobiliaria Edgar Castro, ya que estos podrían convertirse en posibles clientes de la empresa.

Por medio de la encuesta realizada, pudimos identificar que el 76% de los encuestados, no tienen conocimiento sobre lo que es una “Asesoría Inmobiliaria” y el 78% considera que los servicios prestados por estas organizaciones, no se hacen con el fin de guiar o ayudar a los usuarios sino para comisionar.

3.2 Formulación del Problema

¿Cómo la implementación de la cláusula cuatro de la norma ISO 9001:2015 en la Inmobiliaria Edgar Castro, elevara la prestación del servicio a estándares internacionales de calidad, medición y control en los procesos y servicios mobiliarios para el 2020?

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Mejorar la prestación del servicio inmobiliario a estándares de calidad Internacional teniendo en cuenta la implementación de la cláusula cuatro de norma NTC ISO 9001:2015 en la Inmobiliaria Edgar Castro para la futura Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, en pro del posicionamiento competitivo y apertura al mercado regional.

4.2. Objetivos específicos.

- Realizar reconocimiento y diagnóstico de la Inmobiliaria Edgar Castro teniendo en cuenta los métodos y procedimientos existentes en la norma NTC ISO 9001:2015.
- Analizar la percepción del público en general sobre las inmobiliarias, aplicando una encuesta a una muestra de 49 personas vinculadas o no con la Inmobiliaria Edgar Castro.
- Determinar los procesos necesarios para establecer mejoras en la Inmobiliaria Edgar Castro teniendo en cuenta la cláusula 4 de la norma NTC ISO 9001:2015.

5. Justificación de la investigación

Desde 2014, con la caída de los precios del petróleo, el sector inmobiliario entró en un ciclo de desaceleración. La caída se intensificó desde 2016, principalmente en las viviendas de precios altos y en las edificaciones no residenciales (Castañeda, 2018). Desde mediados del 2018, se observaron

señales de mejora ya que la participación del sector en el PIB del país, se incrementó hasta llegar a un 13% generando 1.8 millones puestos de trabajo. (Caballero, 2019).

Gracias a lo anterior, la Inmobiliaria Edgar Castro, ubicada en Paipa, y con 27 años de trayectoria, busca mejorar la prestación de sus servicios, teniendo en cuenta estándares internacionales de calidad que la lleven a tener mayor crecimiento y a aumentar su participación en el mercado dándole mayor importancia a la percepción que tienen los clientes y posibles clientes sobre los servicios inmobiliarios ya que según una encuesta realizada durante el transcurso del proyecto, los consumidores estereotipan a las inmobiliarias como “Comisionistas”

De acuerdo a esto, surge la necesidad de identificar los procesos de la organización utilizando como base, la cláusula cuatro de la NTC-ISO 9001:2015 y una encuesta realizada a los trabajadores de la Inmobiliaria Edgar Casto, lo cual además de ampliar los beneficios económicos de la empresa, permite actuar en función del cliente, para obtener un mayor dominio en la gestión de los procesos internos, además de una gestión de conocimiento y así una mejora en el contexto organizacional en la empresa, además de lo anterior, se busca que la perspectiva sobre los servicios prestados por las inmobiliarias cambie, favoreciendo a la Inmobiliaria Edgar Castro para así, recaudar el mayor número de clientes.

La investigación realizada, favorece tanto al estudiante como a la universidad ya que se pueden aplicar los conceptos aprendidos durante la carrera de Negocios Internacionales y permite demostrarlos de una manera óptima en la aplicación del proyecto de grado.

6. Marco de referencia

6.1 Marco teórico

Norma ISO:

La organización internacional para la estandarización, ISO por sus siglas en inglés (International Organization for Standardization), es una federación a nivel mundial con sede en Ginebra, Suiza, en la cual se encuentran los organismos representantes de cada país en cuanto a estandarización. (Nudel, ISO 9001-2015 El futuro de la Calidad , 2015) En el caso colombiano, el ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación) es el Organismo Nacional de Normalización del país. (ICONTEC , 2018).

La ISO está constituida por unos 160 organismos nacionales de normalización pertenecientes a países grandes y pequeños, industrializados, en vías de desarrollo y en transición, de todas las regiones del mundo. La cartera de más de 18.100 normas ISO proporciona a empresas, administraciones y a la sociedad en general, instrumentos prácticos para las tres dimensiones del desarrollo sostenible: economía, medioambiente y sociedad. (Naden, 2017)

Algunos de los beneficios, tanto directos como indirectos de la implementación de Sistemas de gestión se muestran a continuación:

- **Mejora en la gestión y dirección de la organización:** La Norma ISO 9001 exige la participación total del equipo directivo en la implementación del sistema y su mejora continua, la revisión sistemática de los datos, el establecimiento de objetivos y la toma de acciones encaminadas a la consecución de los mismos. (López, 2015)

Como consecuencia de la implementación, el equipo de dirección dispondrá de datos acerca del funcionamiento de la organización. Además de datos objetivos, que permiten tomar mejores decisiones y llevar a cabo una planificación y gestión acertada de la empresa.

- **Aumento de la Productividad:** La implementación del sistema supone una revisión profunda de todos los procesos y, en muchos casos, permiten a la organización establecer medidas

correctoras que inciden directamente en un aumento de la eficiencia de los procesos, y por ende, una disminución del consumo de recursos y un aumento de la productividad.

- **Cientes Satisfechos:** Una de las claves del éxito de los sistemas de gestión es el enfoque a los clientes y grupos de interés de la compañía. Evaluar su grado de satisfacción, tratar de identificar sus expectativas, contar con su opinión en el desarrollo del producto o del servicio, gestionar adecuadamente sus propuestas, ideas o quejas, todas estas acciones llevan directamente a un aumento de su grado de satisfacción con la organización, lo que permite una mayor fidelización y simplifica el proceso de captar nuevos clientes.

- **Personal Motivado:** La norma exige que el personal de la organización conozca sus funciones y responsabilidades dentro de la misma, así como tener las competencias necesarias para desempeñarlas eficazmente. Lo que supone que la organización se debe preocupar por la formación continua y el reaprovechamiento de su personal, lo que unido a un entorno de trabajo mejor gestionado redundará muy favorablemente en el nivel de motivación del personal interno.

- **Mejora de la Imagen:** Una certificación ISO 9001 en sí misma es un distintivo de calidad y una excelente carta de presentación para la empresa. En muchos casos, es el requisito para poder entrar a determinados mercados u optar a proyectos concretos en los que se exige esta certificación como primer paso a cumplir como proveedor de productos o de servicios.

6.2 Marco Conceptual

6.2.1 Mercado Inmobiliario: Se refiere al conjunto de acciones e oferta y demanda de bienes inmuebles sin embargo comprende otros ámbitos importantes para el sector como lo es la promoción inmobiliaria, asesoramiento a la inversión que pueden realizar empresas o particulares y la financiación. La naturaleza de estos bienes pueden ser diferenciados entre bienes de naturaleza residencial, comercial, urbano. Rural

6.2.2 Norma Técnica Colombiana ISO 9000:2015: Esta Norma Internacional está prevista para ayudar al usuario a entender los conceptos fundamentales, los principios y el vocabulario del Sistema de gestión de la calidad (SGC) para que la empresa pueda ser capaz de implementar de manera eficaz y eficiente un SGC y obtener valor de otras normas de SGC (Sistema de Gestión de Calidad). (Icontec, NTC ISO 9000 , 2015)

6.2.3 Norma Técnica Colombiana ISO 9001:2015: Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de calidad cuando una organización:

- Necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente, además de requisitos legales y reglamentarios aplicables.
- Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora de sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente, los legales y reglamentos aplicables. (Icontec, Sistemas de Gestión de Calidad , 2018)

6.2.4 Norma Técnica Colombiana ISO 9004:2010: Esta norma internacional proporciona orientación para ayudar a conseguir el éxito sostenido para cualquier organización en un entorno complejo, exigente y en un constante cambio, mediante un enfoque de gestión de calidad. (ICONTEC, 2019)

6.2.5 Sistema de Gestión: Conjunto de elementos de una organización interrelacionados o que interactúan para establecer políticas, objetivos y procesos para lograr los objetivos.

6.2.6 Sistema de Gestión de Calidad (SGC): La Norma ISO 9000 la define como: “conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad”. (ISO 9000, 2015)

6.2.7 Asesoría Inmobiliaria: La Asesoría Inmobiliaria, es la manera en la cual las Inmobiliarias ayudan al cliente a decidir cuál es el plan más conveniente de vivienda según su poder adquisitivo y sus necesidades. Aunque pueda resultar una ayuda considerable, debemos destacar que la asesoría inmobiliaria, es una especie de servicio en estado de emergencia. Se denomina de esa manera debido a la imposibilidad de la gente de poder pagar un alquiler con un sueldo medio, y ni siquiera mencionemos el hecho de comprar una casa. (Calvo, 2013)

6.2.8 Gestión Inmobiliaria: La Gestión inmobiliaria implica atender todas aquellas acciones conducentes a un determinado objetivo, dentro del sector inmobiliario. Esto supone:

- Entender el sector (para delimitar lo que le corresponde y cómo actuar en su entorno).
- Determinar las operaciones que se efectúan en él.
- Determinar los productos (activos) o servicios que pueden constituir el motivo de esfuerzo o inversión. (Alcalá, 2009)

6.2.7 Otras Definiciones:

De acuerdo a las definiciones que presenta la norma NTC ISO 9000:2015. (2015). ISO 9000:2005(es), Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario, se presentan los principales conceptos a tener en cuenta en el desarrollo del proyecto:

- **Eficacia:** Grado en el que se realizan las actividades planificadas y se logran los resultados planificados. (ISO 9000, 2015)
- **Eficiencia:** Relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados. (ICONTEC, 2019)
- **Autoevaluación:** La autoevaluación es una revisión exhaustiva y sistemática de las actividades y los resultados de una organización con respecto a un nivel seleccionado. La autoevaluación puede proporcionar una visión global del desempeño de una organización y el grado de madurez del sistema de gestión. También puede ayudar a identificar áreas para la mejora y/o innovación y a determinar prioridades para acciones subsiguientes. (ISO 9000, 2015)
- **Mejora Continua:** Actividad recurrente para mejorar el desempeño de la organización. (ISO 9000, 2015)
- **Éxito:** El éxito de una organización enfatiza la necesidad de un equilibrio entre sus intereses económicos o financieros y las necesidades de sus partes interesadas, tales como clientes, usuarios, inversionistas/accionistas (propietarios), las personas de la organización, proveedores, socios, grupos de interés y comunidades. (ISO 9000, 2015).

7. Hipótesis

A partir de la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basados en la norma ISO 9001:2015 en la empresa Inmobiliaria Edgar Castro, se buscará un mejor posicionamiento de la empresa al propender por aumentar la satisfacción del cliente, gracias a los procesos de mejora continua.

8. Aspectos Metodológicos

8.1 Metodología

Con la implementación de la guía ISO 9001:2015 en la Inmobiliaria Edgar Castro, se desarrollarán diferentes tipos de investigación de la siguiente manera:

- **Cualitativa:** Se interesa por captar la realidad social, a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada, es decir a través de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto. (Tamayo, 2006). Por consiguiente, se busca estandarizar cada proceso de la
- empresa, para que estos puedan ser entendidos de la mejor manera posible por los clientes, generando así, mayor comprensión y no exactitud. (Ruth Sautu, 2005). Por consiguiente, utilizamos las respuestas dadas por los posibles clientes y por los trabajadores a los que se les fue tomada la encuesta.
- **Cuantitativa:** La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. (Alcalá, 2009). En este sentido, se necesitan de diferentes variables numéricas, generadas por las bases de datos de la inmobiliaria como la cantidad de clientes, cantidad de inmuebles y diferentes datos, los cuales arrojan resultados importantes para ser comparados después de la implementación.
- **Analítica:** Consiste en el análisis de las definiciones relacionadas con un tema. El objetivo de la investigación analítica consiste en analizar un evento identificando sus posibles causas. (Fraino, 2018) Teniendo en cuenta la información anterior, la investigación analítica, se realiza con el fin de analizar el estado actual de la empresa y las causas de su funcionamiento, y de esta forma al implementar la guía, poder realizar una comparación para verificar si hay mejoras a futuro.

- **Descriptiva:** Consiste, en la caracterización, de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (Tamayo, 2006). Con esta investigación, se busca optimizar los procesos de gestión, por consiguiente, se debe realizar una descripción detallada de cada uno de ellos, y así obtener múltiples beneficios de esta forma, relacionar el conocimiento y la integración de las diferentes normativas para cada área de la organización obteniendo una mejora continua y reduciendo las incidencias.

8.2. Fuentes y Técnicas de la Recolección de la Información

- **Primarias:** Toda información que nos brinda la empresa de su base de datos de clientes, inmuebles y servicios; así como una encuesta realizada a una muestra de 49 personas, tomada de una población de 56 posibles clientes los cuales se ven evidenciados en el registro de llamadas mensual de la empresa y una encuesta realizada a los 6 trabajadores de la empresa.
- **Secundarias:** Toda información que es adquirida de fuentes externas a la empresa como lo son libros, artículos y la misma Norma ISO.

8.3. Tratamiento de Información

La información se recolecta directamente de la base de datos de la Inmobiliaria Edgar Castro, además de la norma, libros, artículos con el fin de aplicarla en la implementación de la guía.0983-.9)

Además de lo anterior, utilizamos una encuesta (VER ANEXO A) elaborada con el fin de medir las expectativas que tienen las personas sobre las inmobiliarias y su nivel de satisfacción con los servicios prestados por las mismas.

Con el fin de saber la percepción de los trabajadores de la Inmobiliaria Edgar Castro, se realizó una encuesta a los 6 colaboradores, los cuales ayudaron a entender el porqué de la importancia de la definición de los procesos en la organización

9. Contenido de la Investigación

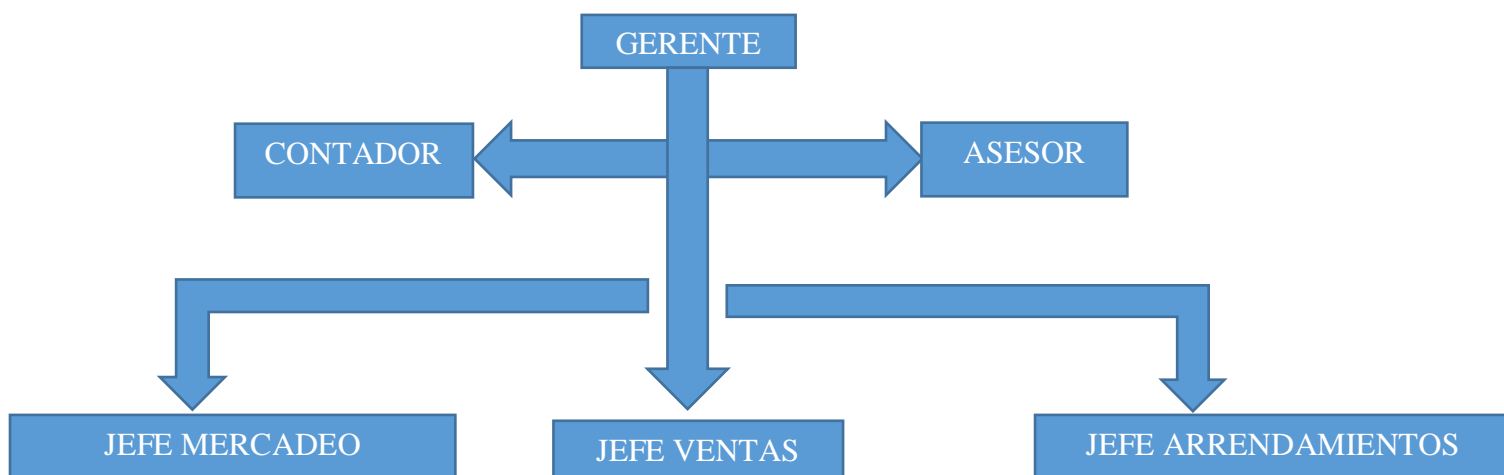
9.1 Diagnóstico e Identificación de la Inmobiliaria Edgar Castro

- Nombre: Inmobiliaria Edgar Castro
- NIT: 4.191.368-8
- Ubicación: Cll 25 No. 21-18 Ofc. 501
- Teléfono: 3102227186
- Página web: www.inmobiliariaedgarcastro.com
- Objeto Social: Inmobiliaria Edgar Castro es una empresa de servicios, de carácter comercial, y orden departamental. Su objeto social es ofrecer diferentes productos y servicios que suplan las necesidades inmobiliarias de tipo comercial y de vivienda.
- **Historia:** En 1992 nace INMOBILIARIA EDGAR CASTRO, firma especializada en el mercado de finca raíz, que ofrece diferentes productos y servicios para suplir las necesidades de inmuebles residenciales, comerciales y rurales. Gracias a años de trabajo y experiencia, nuestra organización ha logrado especializarse y crear nuevos productos complementarios a la actividad inmobiliaria.
- **Visión:** Dar a nuestros clientes el mejor servicio inmobiliario satisfaciendo todas sus necesidades, al brindar eficiencia, profesionalismo, solidez, cumplimiento y respaldo, que nos han caracterizado en el desarrollo de nuestra actividad comercial con sentido social;

contribuyendo así al mejoramiento en la calidad de vida de los colombianos y aportando al desarrollo económico de nuestro País.

- **Misión:** Consolidarnos como una empresa líder en el mercado inmobiliario de Colombia e incursionar en los mercados internacionales con el fin de globalizar nuestra actividad inmobiliaria.
- Organigrama:

Figura 1. Organigrama Inmobiliaria Edgar Castro



Fuente. Elaboración Propia con base en el personal de la Inmobiliaria Edgar Castro

- Matriz DOFA

Tabla 1. Matriz DOFA de la Inmobiliaria Edgar Castro

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los procesos de la organización no se encuentran definidos. • Ausencia de políticas Organizacionales • Número limitado de empleados 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencias favorables en el mercado • Crecimiento de la población en edad de arrendar, comprar o vender un inmueble en el municipio de Paipa. • Crecimiento en el sector Construcción.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente laboral favorable • Atención especializada y profesional para el portafolio de servicios ofrecidos • Presencia en redes sociales y plataformas virtuales 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de Nuevas Inmobiliarias • Mala percepción de clientes y posibles clientes sobre las inmobiliarias. • Recesiones económicas

Fuente. Elaboración Propia con base en Reunión de Empleados

Teniendo en cuenta la matriz realizada, surgen diferentes estrategias como, por ejemplo:

- Aumentar el número de empleados, ya que, gracias a la poca cantidad de los mismos, hay una sobrecarga de funciones y muchos de los procesos realizados se pueden ver afectados disminuyendo la satisfacción de los clientes.
- Realizar detalladamente la identificación de los procesos ya que, con esto, se puede realizar la implementación a futuro de un sistema de gestión de calidad con el fin de mejorar la percepción de los clientes de la organización.

- Realizar nuevas estrategias de marketing aprovechando la presencia de las redes sociales con el fin de generar mayor impacto en los posibles consumidores generando factores diferenciales.
- **Servicios:** Corretaje y ventas de propiedad raíz, Administración inmobiliaria., Avalúos, Gerencia y venta de proyectos, desarrolló de proyectos urbanísticos, Consultoría inmobiliaria, Asesoría comercial, reparaciones locativas, asesoría jurídica especializada.
- **Clientes:**
 - Propietarios de inmuebles disponibles para arriendos y/o ventas.
 - Arrendatarios de inmuebles.
 - Banco de Inversionistas.

9.1.1 Análisis de Cumplimiento de la Inmobiliaria Edgar Castro con base a la cláusula 4 de la NTC-9001 20015.

Tabla 2. Porcentaje de Cumplimiento de la Inmobiliaria Edgar Castro

DESCRIPCION	CLASIFICACION	VALORACION
Si cumple	S.C	100%
Cumple parcialmente	C.P	50%
No cumple	N.C	0%
No aplica	N.A	

Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Tabla 3. Tabla de Chequeo de Requisitos de cumplimiento de la Inmobiliaria Edgar Castro

LISTA DE CHEQUEO REQUISITOS NTC-ISO 9001:2015					S.C	C.P	N.C	%TOTAL	OBSERVACIONES		
4.SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD											
4.1 REQUISITOS GENERALES.	IDENTIFICACION PROCESOR		X		21,42%	Se evidencia que no cuentan con mapas de procesos, ni con las caracterizaciones de los procesos que interactúan actualmente en la compañía, se conoce de manera informal la					
	SECUENCIA E INTERECCION DE PROCESOS		X								
	METODOS DE CONTROL			X							
4.1 REQUISITOS DE DOCUENTACION.	ESTRUCTURA DE LA DOCUMENTACION		X						La documentación que se tiene en la actualidad solamente son los contratos, pero no se cuenta con procedimientos claros para la ejecución de tareas.		
	MANUAL DE CALIDAD			X							
	CONTROL DE LOS DOCUMENTOS			X							
	CONTROL DE REGISTRO			X							

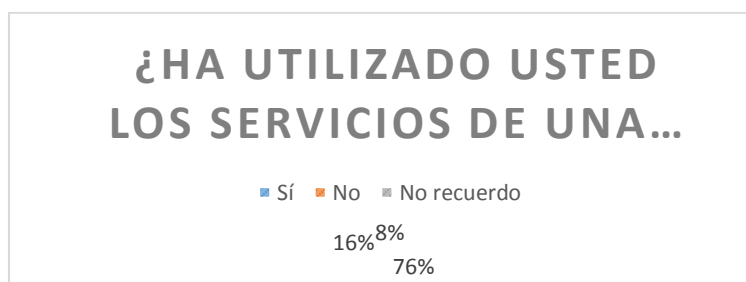
Fuente. Elaboración Propia Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

9.2 Análisis de la Información Recaudada

Con el fin de medir la percepción de los posibles clientes de la Inmobiliaria, se realizó una encuesta a 49 personas de la ciudad de Paipa, Boyacá, tomando como población a las 56 llamadas recibidas durante un mes, las cuales están relacionadas con compras, ventas, arriendos y asesorías. Dicha muestra se calculó teniendo en cuenta la fórmula de muestreo aleatorio simple, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Dicha encuesta, constó de cinco preguntas las cuales nos ayudaron a medir la satisfacción e impresión que tienen los clientes y posibles clientes de los servicios prestados por las inmobiliarias de la siguiente manera.

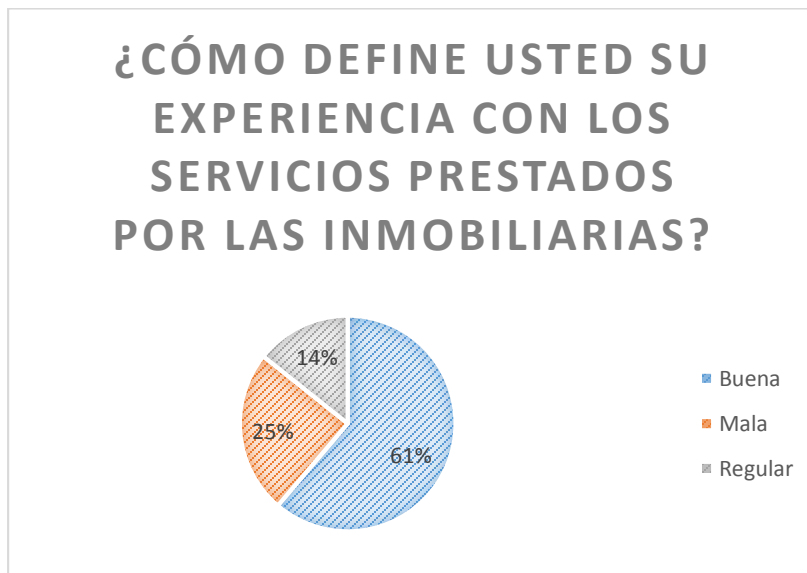
Gráfica 1. Utilización de los Servicios de una Inmobiliaria



Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada

Con la primera pregunta, se evidenció que 37 personas, es decir el 76% de los encuestados han utilizado algún servicio presado por Inmobiliarias. Por el contrario, se observó que el 24 % de los encuestados no ha utilizado los servicios o no recuerda haber utilizado a una Inmobiliaria anteriormente.

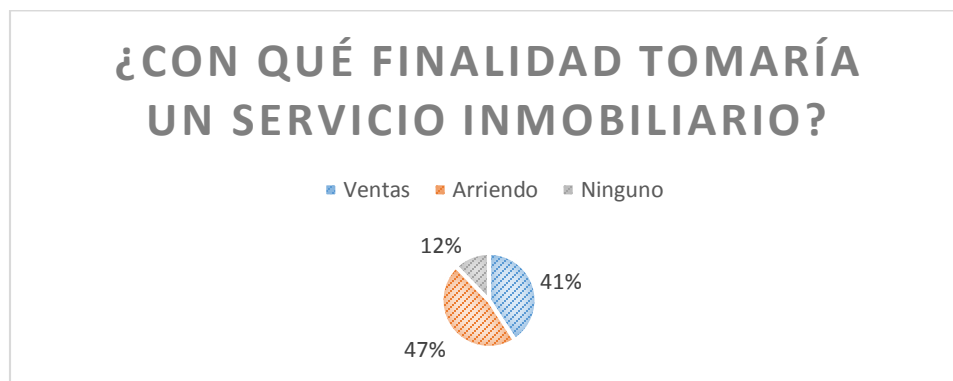
Gráfica 2. *Experiencia con los Servicios Prestados por las Inmobiliarias*



Fuente. *Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada*

A pesar de que el 61% de los encuestados, ha tenido buenas experiencias con las Inmobiliarias, el 39 % no está satisfecho con la prestación de los servicios ya que definen su experiencia como mala o regular. La brecha entre estos dos porcentajes, debería ser más grande ya que lo que se busca es que los usuarios o posibles clientes que han tenido malas experiencias disminuyan y accedan a recibir la prestación de los servicios por parte de las Inmobiliarias.

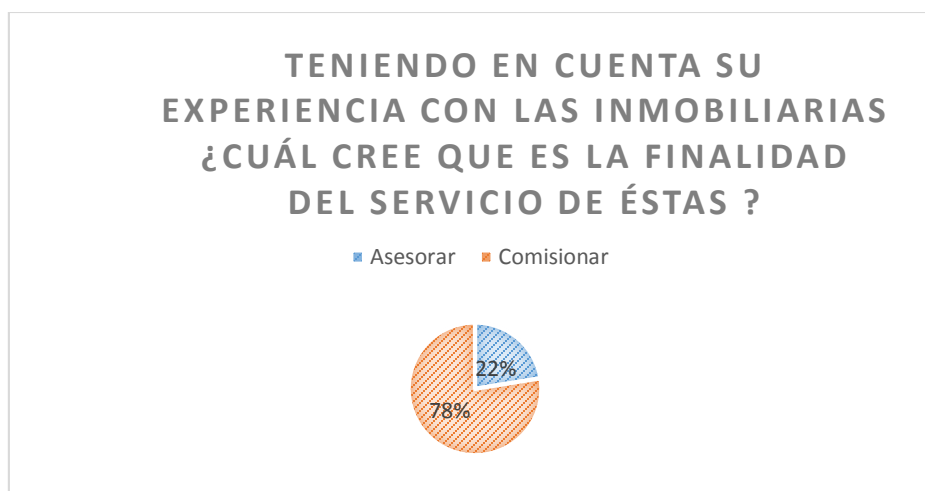
Gráfica 3. Finalidad de los Servicios Inmobiliarios



Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada

A pesar de que, en las preguntas anteriores, se evidenció que un gran porcentaje de encuestados ha tenido malas experiencias con los servicios prestados por las Inmobiliarias, el 88% accedería a tomar servicios de ventas o arriendos prestados por las mismas, y solo un 12% se niega a recibir servicios inmobiliarios.

Gráfica 4. Experiencia con la Prestación de Servicios Inmobiliarios.

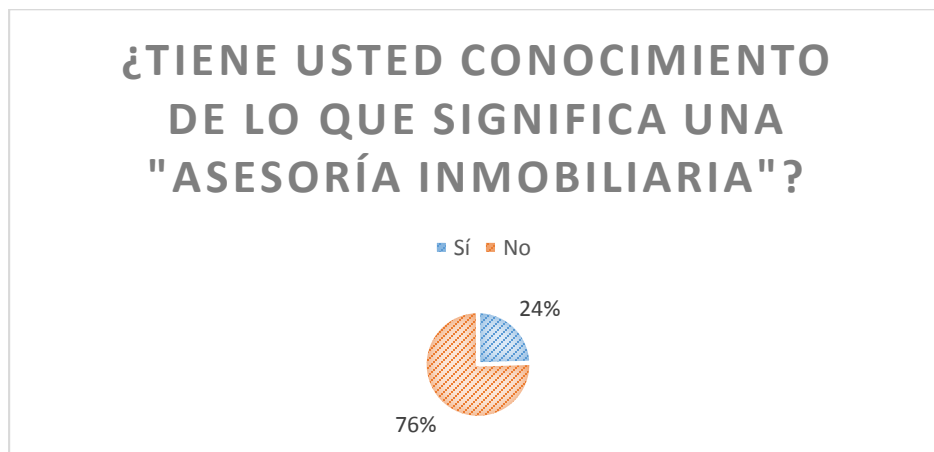


Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada

Se evidenció que el 78% de los encuestados, tiene la percepción de que las Inmobiliarias prestan sus servicios solamente con el fin de comisionar y no de asesorar. Gracias a esto, lo que la Inmobiliaria Edgar Castro busca, es cambiar la perspectiva de los clientes y posibles clientes, ya

que su finalidad, es asesorar a los usuarios para así lograr la satisfacción de ambas partes, y así generar nuevos negocios y captar la mayor cantidad de clientes posibles.

Gráfica 5. Conocimiento sobre Asesoría Inmobiliaria

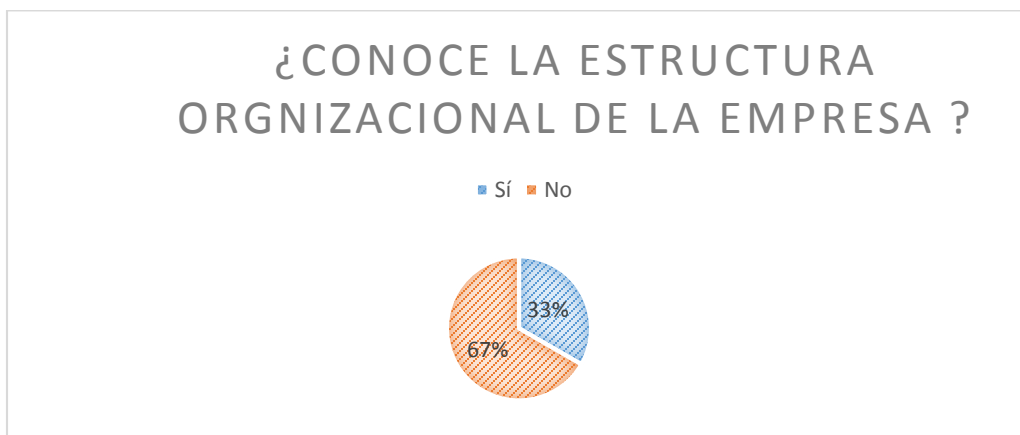


Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada

La Asesoría Inmobiliaria es la manera en que las Inmobiliarias, ayudan al cliente a decidir cuál es el plan más conveniente de vivienda según su poder adquisitivo y sus necesidades. (Gómez, 2018). En la realización de la encuesta, se evidenció que el 76% de las personas encuestadas no tienen claro qué es una asesoría Inmobiliaria, por lo tanto, muchas de ellas confunden los servicios prestados por las mismas y prefieren no utilizarlos.

Según la cláusula cuatro de la norma NTC-ISO 9001:2015, los procesos en la organización son la base fundamental para poder prestar un servicio de calidad. Dichos procesos deben estar definidos y deben ser conocidos por los empleados de la empresa. (Cuatro, 2015) Por tal razón, se realizó una encuesta (VER ANEXO B), la cual dio a conocer los siguientes resultados:

Gráfica 6. Estructura Organizacional de la Empresa

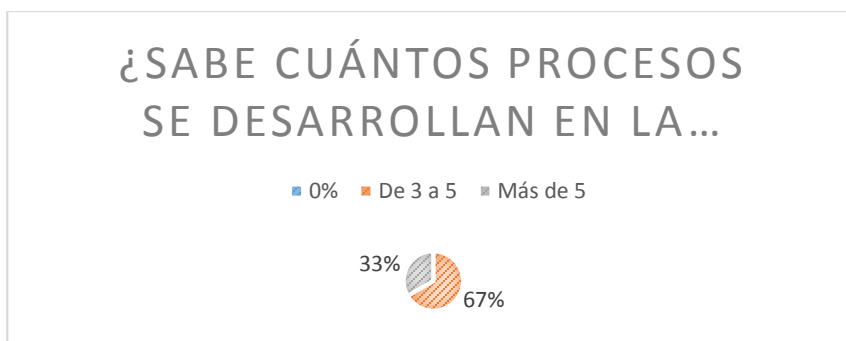


Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada.

Con la primera pregunta de la encuesta, evidenciamos que el 67% de los empleados de la organización conocen la estructura organizacional de la empresa lo que significa que tienen arraigados los valores corporativos de la organización y en su mayoría tienen claro, el funcionamiento de la empresa para el cumplimiento de los objetivos de la organización.

El conocimiento de la estructura organizacional de la empresa se ve reflejado en la prestación del servicio al cliente, ya que, al conocer la organización, los trabajadores brindan mayor seguridad a los clientes y la perspectiva que muchos de ellos tienen sobre el servicio prestado por las Inmobiliarias (VER ANEXO A) cambia positivamente

Gráfica 7. Cantidad de procesos desarrollados en la Inmobiliaria



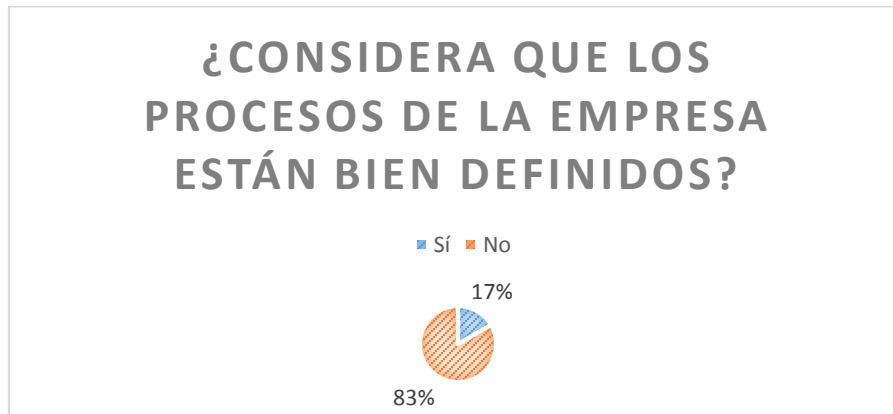
Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada

Con la segunda pregunta de la encuesta, se quiso hacer énfasis en el conocimiento de los trabajadores sobre la cantidad de procesos llevados a cabo en la Inmobiliaria, ya que como se ha evidenciado a lo largo de la investigación, la correcta definición y el conocimiento sobre los mismos, son las bases fundamentales para poder incrementar la calidad en la organización.

El 67% de los empleados de la organización, consideran que se realizan de 3 a 5 procesos dentro de la inmobiliaria y solamente el 33% que hace referencia a los directivos de la misma, tienen la seguridad de que se realizan más de 5 procesos.

Esto significa que la mayoría de los trabajadores no tienen conocimiento de la cantidad de procesos realizados dentro de la organización por consiguiente no están bien definidos y se deben establecer para que el 100% de los trabajadores puedan prestar un servicio de calidad.

Gráfica 8. Definición de los procesos.

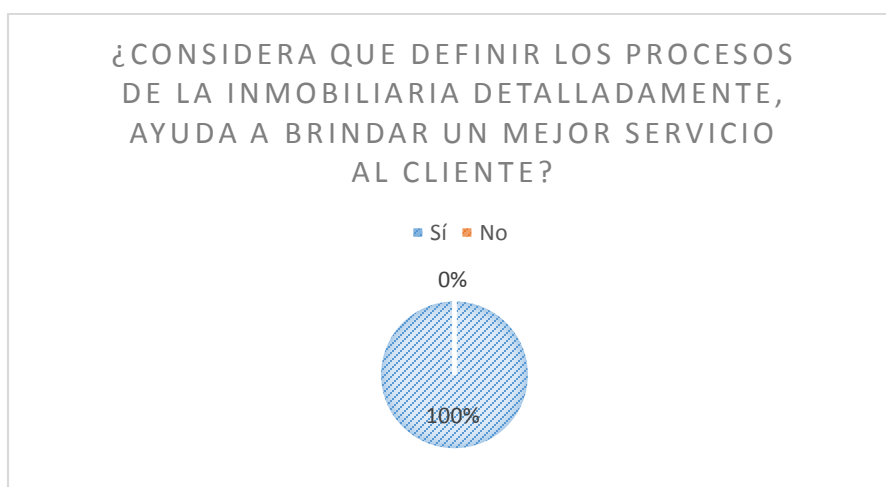


Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada

El 83% de la organización considera que los procesos realizados se encuentran bien definidos, frente a un 17% los cuales consideran que hace falta una correcta descripción de los mismos.

Al momento de realizar la definición de los procesos, los trabajadores pudieron evidenciar que, al realizarla de una forma correcta, la calidad en su servicio se aumentó y las necesidades de sus clientes quedaron satisfechas.

Gráfica 9 . Definición de Procesos para Brindar un Mejor Servicio

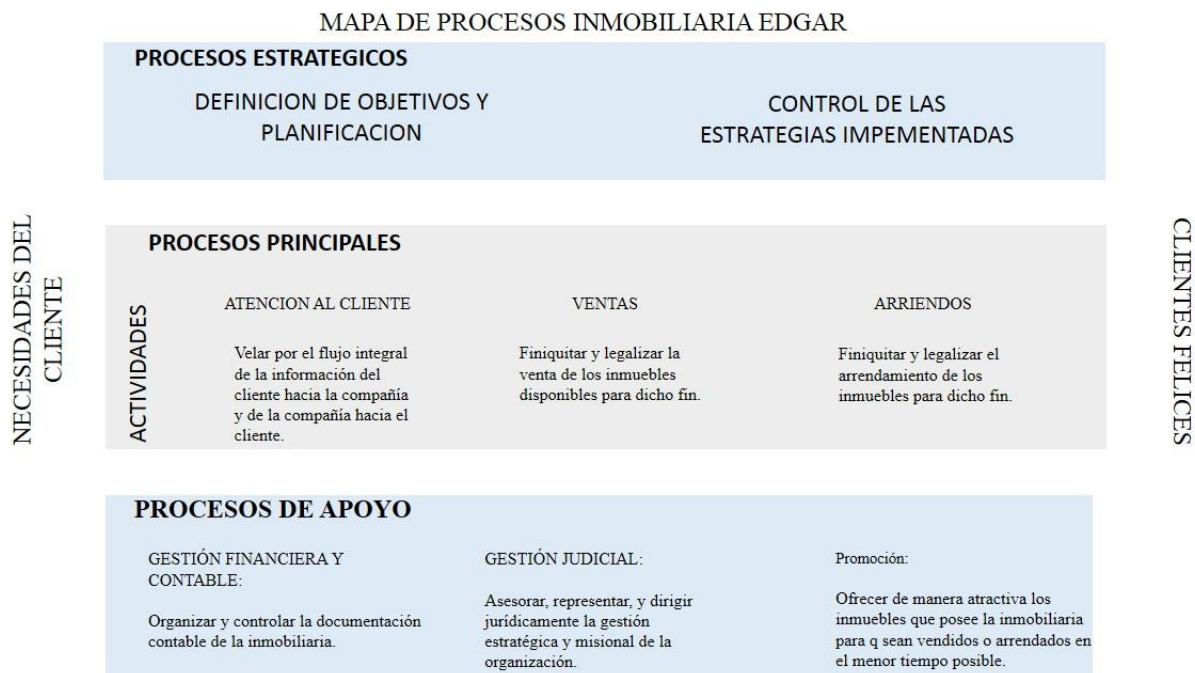


Fuente. Elaboración Propia con base en Encuesta Realizada

En la última pregunta realizada a los trabajadores, se evidenció que el 100% de los mismos, consideran que la correcta definición de los procesos realizados en la organización ayuda indiscutiblemente a la prestación de un servicio de calidad. Es por esto que la caracterización de los mismos es la base fundamental de la implementación de la cláusula cuatro de la norma NTC-ISO 9001:2015 en la Inmobiliaria Edgar Castro.

9.3 Caracterización de Procesos de la Inmobiliaria Edgar Castro.

Figura 2. Mapa de Procesos Inmobiliaria Edgar Castro




Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Para el montaje de las caracterizaciones de la Inmobiliaria Edgar Castro se definió un modelo de la tabla (VER ANEXO C), el cual se debe manejar de la siguiente manera:

1. Logo de la compañía
2. Nombre del proceso
3. Nombre del Macro proceso
4. Nombre del Proceso
5. Objetivo: Corresponde a la meta que el proceso quiere alcanzar con el desarrollo de las actividades planteadas.


6. Entradas: Información a transformar.
7. Proceso: Actividades que se realizan para dar un resultado.
8. Salidas: Resultado tangible de la información, registros.
9. Proceso Proveedor: Proceso que entrega la información para que pueda ser transformada.
10. Proceso Cliente: Proceso al que se entrega una vez transformada la información.
11. Requisitos Aplicados: Se refieren a todos los requisitos.
12. Recursos: Recursos financieros, físicos que se requieran para la elaboración de la gestión.
13. Indicadores del proceso: Parámetros establecidos de medición.
14. Elaborado por: Responsable de la elaboración del documento.
15. Revisado por: Responsable de la revisión del documento.
16. Aprobado por: Responsable de la aprobación del documento.
17. Descripción: Información detallada del proceso.
18. Oportunidad: Circunstancia para lograr cualquier tipo de mejora.

Tabla 4. Tabla de Proceso de Avalúos

 2. Avalúos			
MACRO PROCESO	3. Avalúos de bienes muebles, inmuebles	PROCESO:	4. Avalúos
OBJETIVO:	5. Realizar un dictamen técnico para estimar el valor comercial de bienes muebles o inmuebles mediante la caracterización física, ubicación, uso y análisis de mercado del mismo.		
ENTRADAS	PROCESO	SALIDAS	
6. Solicitud formal. -Fotocopia de Escritura Pública -Fotocopia de certificado tradición y libertad. -Fotocopia Impuesto predial. -Certificado de uso del suelo. -Planos y/o levantamiento topográfico.	7. Analizando la información recibida en los documentos, se estima el valor comercial de cada inmueble reflejado en cifras monetarias por medio de un dictamen técnico imparcial, a través de sus características físicas, de uso, de investigación y el análisis de mercado.	8. Informe de avalúo comercial urbano. Registro fotográfico.	
9. Proceso Proveedor: En los datos de la escritura pública, se identifica el código catastral, la matrícula inmobiliaria, los linderos del inmueble y la fecha y número de la escritura. En el certificado de tradición, se verifica la tradición del inmueble y los propietarios actuales. En la fotocopia del impuesto predial, se tiene en cuenta el valor del avalúo catastral y el valor del impuesto.		10. Proceso Cliente: Al analizar la información, se entrega el informe de avalúo, el cual incluye: El número de avalúo, en el caso en que el solicitante y el propietario del inmueble sea diferente, se registra el nombre de cada uno, el tipo de inmueble, la dirección, área construida, área del lote, fecha de inspección, fecha de informe, valuador. Información general del cliente, objetivo del avalúo, destinatario de la valuación, responsabilidad del valuador, linderos del inmueble, determinación del avalúo	
REQUISITOS APLICADOS	RECURSOS.	INDICADORES DEL PROCESO.	
11. Documentos, visita al inmueble, uso de suelos.	12. Se determinan de acuerdo a la ubicación, complejidad, área, entre otros, basado en las tarifas definidas por la Empresa y según estudio de mercado.	13. Factor de uso, depreciación técnica del inmueble, factor de conservación, factor comercial, factor por tamaño.	
Elaborado por:	14. Gerente	Revisado por:	15. Gerente
		Aprobado por:	16. Gerente
DESCRIPCION.	17. Afirmación escrita de un estimado o asignación de un valor monetario de una propiedad o bien. (Jauregui, 2006)		
OPORTUNIDAD.	18. Tener mayor conocimientos sobre los precios y el comportamiento del sector inmobiliario en la región		


Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Tabla 5. Tabla de Proceso de Ventas

		<h2>2. Ventas</h2>			
MACRO PROCESO	3. Comercialización Y Administración De Inmuebles	PROCESO:		4. Ventas	
OBJETIVO:	5. Prestar los servicios de asesoría, corretaje y administración inmobiliaria para la venta de inmuebles a los interesados en adquirirlos, buscando la satisfacción de los clientes de la empresa.				
ENTRADAS		PROCESO		SALIDAS	
6. Fotocopia de la escritura Certificado de tradición y libertad -Recibo del impuesto -Fotocopia de la cédula -Uso de suelos		7. Se revisa la documentación y las características del inmueble, se realiza asesoría para la venta del inmueble, visita y registro fotográfico al inmueble, se realiza el contrato de consignación múltiple para venta o permuta de bienes inmuebles, solicitar la facturación, pago y liquidación del contrato, promoción del inmueble, gestionar la firma de las escrituras públicas o brindar el servicio de asesoría contratado.		8.- Contrato de consignación múltiple para venta o permuta de bienes inmuebles. -Contrato de Compraventa	
9.Proceso Proveedor: Se verifica que la información de los documentos solicitados coincidan.				10.Proceso Cliente: Se realiza un cuadro de generalidades del inmueble el cuál incluye la dirección del inmueble, descripción del inmueble, el número de la escritura, matrícula inmobiliaria, avalúo catastral, cédula catastral, valor del inmueble, uso de suelos y si el inmueble es permutable o no .	
REQUISITOS APLICADOS		RECURSOS.		INDICADORES DEL PROCESO.	
11. Documentos, titular.		12. Se determinan de acuerdo a la ubicación, complejidad, área, entre otros, basado en las tarifas definidas por la Empresa y según estudio de mercado.		13. Porcentaje de Ventas	
Elaborado por:	14. Jefe de Ventas	Revisado por:	15. Gerente	Aprobado por:	16.
DESCRIPCION.	17. Realización de las actividades comerciales que orientan al el flujo de bienes y servicios del productor al usuario, con el fin de satisfacer a los clientes y generar utilidad. (Gonzales, 2008)				
OPORTUNIDAD.	18. Comercialización de nuevas construcciones además del desarrollo urbanístico del municipio.				


Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Tabla 6. Tabla de Proceso de Arrendamientos

ENTRADAS		PROCESO		SALIDAS	
		<h2>2. Arrendamientos</h2>			
MACRO PROCESO	3. Comercialización Y Administración De Inmuebles	PROCESO:	4. Arrendamientos		
OBJETIVO:	5. Prestar los servicios de asesoría, corretaje y administración inmobiliaria para el arrendamiento de inmuebles a los interesados en adquirirlos, buscando la satisfacción de los clientes de la empresa.				
6 - Fotocopia de la escritura -Certificado de tradición y libertad -Fotocopia de la cédula		7. Se revisa la documentación y las características del inmueble, se realiza asesoría para definir el canon de arrendamiento del inmueble, visita y registro fotográfico al inmueble, se realiza el contrato de mandato, promoción del inmueble.		8.- Contrato de Mandato	
9. Proceso Proveedor: Se verifica que la información de los documentos solicitados coincidan.				10. Proceso Cliente: Se analizan las necesidades, se ofrecen opciones, se realiza la visita a los inmuebles, se solicitan documentos al arrendatario y al fiador, formulario diligenciado, certificado de ingresos mayor o igual al duplo del arriendo, fotocopia de la cédula y al fiador se le solicita el formulario diligenciado, fotocopia del certificado de libertad del inmueble y la cédula	
REQUISITOS APLICADOS		RECURSOS.		INDICADORES DEL PROCESO.	
11. Contar con los documentos, fiador con finca raíz, ingresos mayor o igual al duplo del arriendo, que el inmueble se encuentre ubicado en la zona del fiador		12. Se determinan de acuerdo a la ubicación, complejidad, área, entre otros, basado en las tarifas definidas por la Empresa y según estudio de mercado.		13. Porcentaje sobre el canon de arrendamiento	
Elaborado por:		14. Jefe de Arrendamientos	Revisado por:	15. Abogado	Aprobado por: 16. Gerente
DESCRIPCION.		17. Realización de un contrato concensual sobre la cesión o prestación del uso de algún bien o servicio por cierto precio por un tiempo determinado. El que concede el arriendo se llama arrendador y el que lo toma arrendatario. (Escriche, 2009)			
OPORTUNIDAD.		18. Captación de nuevos Inmuebles a través del desarrollo de infraestructura del municipio.			


Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Tabla 7. Tabla de Proceso Atención al cliente

ENTRADAS		PROCESO		SALIDAS	
		<h2>2. Atención al Cliente</h2>			
MACRO PROCESO	3.Gestión Integral de Clientes	PROCESO:	4. Atención al cliente		
OBJETIVO:	5. identificar los aspectos de servicio donde el cliente se siente satisfecho o insatisfecho, con el fin de establecer acciones que permitan mantenerlos, mejorarlos o mitigarlos.				
6. -Llamadas recibidas - Buzón de Sugerencias		7. Aplicar los protocolos comerciales y de servicios, conocer a fondo el portafolio de servicios de la empresa, conocer al cliente potencial y a los clientes vinculados, cumplir los procedimientos y políticas para la vinculación de clientes		8. -Ventas - Arriendos - Asesorías - Avaluos	
9. Proceso Proveedor: Se realiza el análisis de la información recibida para identificar y satisfacer las necesidades de los clientes mediante la formulación de preguntas.				10. Proceso Cliente: Teniendo en cuenta la necesidad de los clientes, se ofrecen alternativas de acuerdo al perfil brindando una asesoría completa y transparente demostrando amabilidad, sinceridad y agilidad	
REQUISITOS APLICADOS	RECURSOS.		INDICADORES DEL PROCESO.		
11. Completo y correcto registro de información	12. Protocolo de Atención al Cliente		13. Porcentaje de satisfacción del cliente		
Elaborado por:	14. Gerente, Subgerente, Jefe de ventas, Jefe de Arrendamiento	Revisado por:	15. Gerente	Aprobado por:	16. Gerente
DESCRIPCION.	17. Es el conjunto de aspectos físicos y procedimientos lo que constituye un servicio, todo aquello de lo que los empleados disponen para satisfacer las necesidades del cliente. (Andrew Brown, 1992)				
OPORTUNIDAD.	18. Obtener un mayor número de recomendaciones .				


Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Tabla 8. Tabla de Proceso Jurídico

 2. Jurídico					
MACRO PROCESO	3. Gestión Jurídica		PROCESO:	4. Jurídico	
OBJETIVO:	5..Desarrollar las actividades necesarias para atender el proceso contractual, las solicitudes de concepto jurídico, la expedición de actos administrativos y la defensa judicial y extrajudicial, con el propósito de asesorar y proteger jurídicamente las actuaciones e intereses jurídicos de la empresa.				
ENTRADAS		PROCESO		SALIDAS	
6. -Constitución Política Código Civil Ley 28 Julio 10 de 2003 Decreto 2223 de 1996 Documentos requeridos		7. -Realizar las etapas de contratación, ejecución y supervisión. -Elaborar los conceptos jurídicos. -Atender los trámites de defensa judicial y extrajudicial de la empresa. -Asesorar jurídicamente a la Empresa en la preparación y expedición de actos administrativos.		8. -Contratos - Actos Administrativos - Conceptos jurídicos - Actución judicial o extrajudicial	
9.Proceso Proveedor:. Se verifica la información legal y jurídica de los documentos y se realiza el análisis de la misma según corresponda en cada proceso jurídico				10.Proceso Cliente: Después de realizar los procesos jurídicos, se entrega al cliente notificaciones por correo certificado, con el fin de tener una correcta terminación a los procesos jurídicos.	
REQUISITOS APLICADOS		RECURSOS.		INDICADORES DEL PROCESO.	
11.Completo y correcto registro de información		12. Salarios		13. Porcentaje de eficiencia	
Elaborado por:	14. Abogado	Revisado por:	15. Subgerente	Aprobado por:	16. Gerente
DESCRIPCION.	17. Defiende los intereses de la compañía en todo tipo de procedimientos judiciales. Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas.				
OPORTUNIDAD.	18. Prevenir incumplimientos con los acuerdos pactados dentro de la organización analizando cada situación.				


Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Tabla 9. Tabla de Proceso Contable

ENTRADAS		PROCESO		SALIDAS	
		<h2>2. Contable</h2>			
MACRO PROCESO	3. Gestión Financiera y Contable	PROCESO:	4. Contable		
OBJETIVO:	5. Planear, ejecutar, registrar, presentar y hacer seguimiento a la información presupuestal y contable de los recursos apropiados, conforme a los requisitos vigentes y reflejando la realidad económica a través de herramientas e instrumentos que permitan la normal operación de la empresa y la toma de decisiones de la alta dirección.				
6. -Libro diario Estados de cuenta Ley 819 de 2003 -Decreto 111 de 1996 -Decreto 0225 de 2015 -Decreto 115 de 1996 -NTC- ISO 9000:2005 -Resolución Orgánica 0544 de 2003		7.- Definir los lineamientos y políticas para la gestión financiera de la Empresa -Liquidar el presupuesto de la Empresa -Realizar el registro de las operaciones financieras de la empresa.		8 -Libros Contables Recibos	
9.Proceso Proveedor: Se verifica la información legal y contable y se realiza el análisis de la misma según corresponda para el manejo financiero de la misma				10.Proceso Cliente: Al analizar la información y recibir los diferentes pagos por la prestación de los servicios inmobiliarios, el cliente recibe comprobantes del pago.	
REQUISITOS APLICADOS	RECURSOS.		INDICADORES DEL PROCESO.		
11. Pagos en las fechas acordadas	12. Entradas y Salidas de Dinero		13. Ganancias porcentuales		
Elaborado por:	14. Contador	Revisado por:	15. Gerente	Aprobado por:	16. Gerente
DESCRIPCION.	17. Se sintetiza en los siguientes pasos: captación de la información, análisis y valoración, registro de hechos contables y elaboración de informes. (José J. Acarria, 2009)				
OPORTUNIDAD.	18. Saber con exactitud los ingresos y egresos para así crear futuras proyecciones.				

Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015

Tabla 10. Tabla de Proceso de Mercadeo

		2. Promoción			
MACRO PROCESO	3. Promoción y Mercadeo	PROCESO:		4. Promoción	
OBJETIVO:	5. Ofrecer de manera creativa los inmuebles que posee la inmobiliaria para que sean vendidos o arrendados en el menor tiempo posible.				
ENTRADAS		PROCESO		SALIDAS	
6. Características del Inmueble para venta o arriendo.		7. Seleccionar material fotográfico Crear una introducción del inmueble, además de sus principales características y valor. - Publicar en la página web, y compartir en las redes sociales como: Facebook y twitter		8. Publicaciones realizadas en la página web y en las redes sociales	
9. Proceso Proveedor: Se verifica y ordena la información referente al inmueble con el fin de realizar promoción del mismo con los datos correctos				10. Proceso Cliente: Después de ingresar los datos a las plataformas virtuales, el cliente puede hacer un seguimiento a las ofertas disponibles en el momento, contando con información clara.	
REQUISITOS APLICADOS		RECURSOS.		INDICADORES DEL PROCESO.	
11. Firmar contrato de consignación del inmueble.		12. Inmuebles, plataformas virtuales, material fotográfico		13. Cantidad de Visitas en Redes Sociales y en la página Web	
Elaborado por:		14. Jefe de Mercadeo	Revisado por:	15. Subgerente	Aprobado por: 16. Subgerente
DESCRIPCION.		17. Conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya utilización se sitúa en el marco de una política general de marketing dirigida principalmente al desarrollo de las ventas a corto plazo. (Editorial Vertice, 2007)			
OPORTUNIDAD.		18. Captar más clientes a través de una información clara y concisa.			

Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 2015

9.4 Balance Score Card de la Inmobiliaria Edgar Castro

9.4.1 Mapa Estratégico de la Organización.

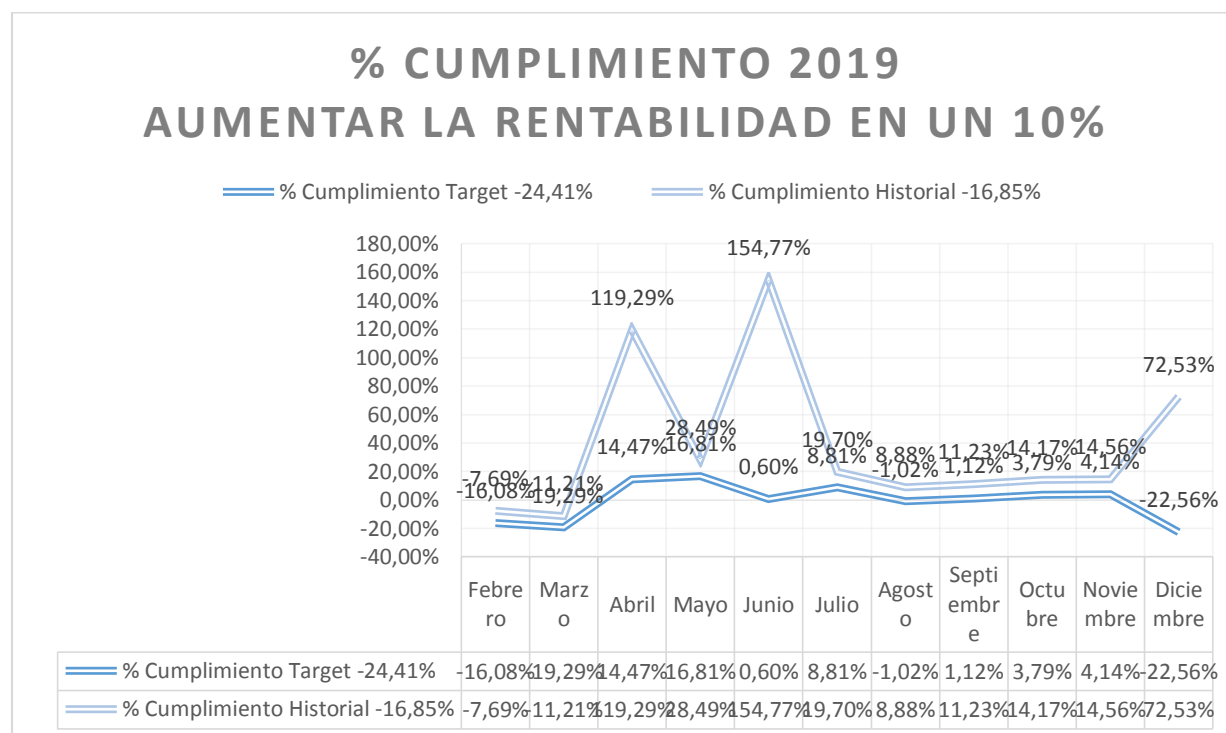
9.4.1.1 Perspectiva Financiera.

Tabla 11. Objetivos Financieros de la Inmobiliaria Edgar Castro

PERSPECTIVA FINANCIERA	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR
Aumentar rentabilidad en un 7%	Estados de resultados, Sistema de ventas ,arriendos
Disminuir Costos en un 5%	Estados de resultados

Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

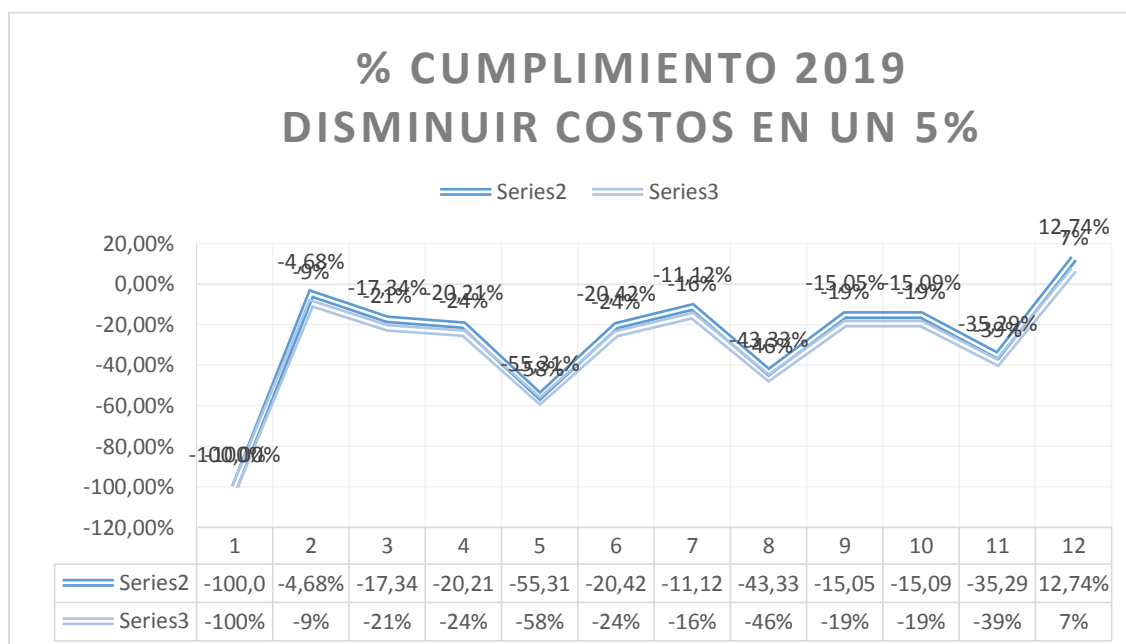
Gráfica 10. Porcentaje de Cumplimiento Aumentar Rentabilidad en un 7%



Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

De acuerdo a las gráficas de rendimiento y cumplimiento, se puede observar que con respecto al objetivo que se tenía planteado de Aumentar Rentabilidad, se cumplió en su gran mayoría. En el mes de mayo, este cumplimiento fue de un 16% esto se debe a que la construcción en el municipio aumentó. Por otra parte, los meses en los que el objetivo no se cumplió fueron en diciembre y enero teniendo porcentajes negativo de -22,56% y -24,41% respectivamente ya que en este periodo los arriendos y las ventas de inmuebles en el municipio no son recurrentes, ya que el flujo de turistas, genera el arriendo por días y no de manera permanente.

Gráfica 11. Porcentaje de Cumplimiento Disminuir Costos en un 5%



Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

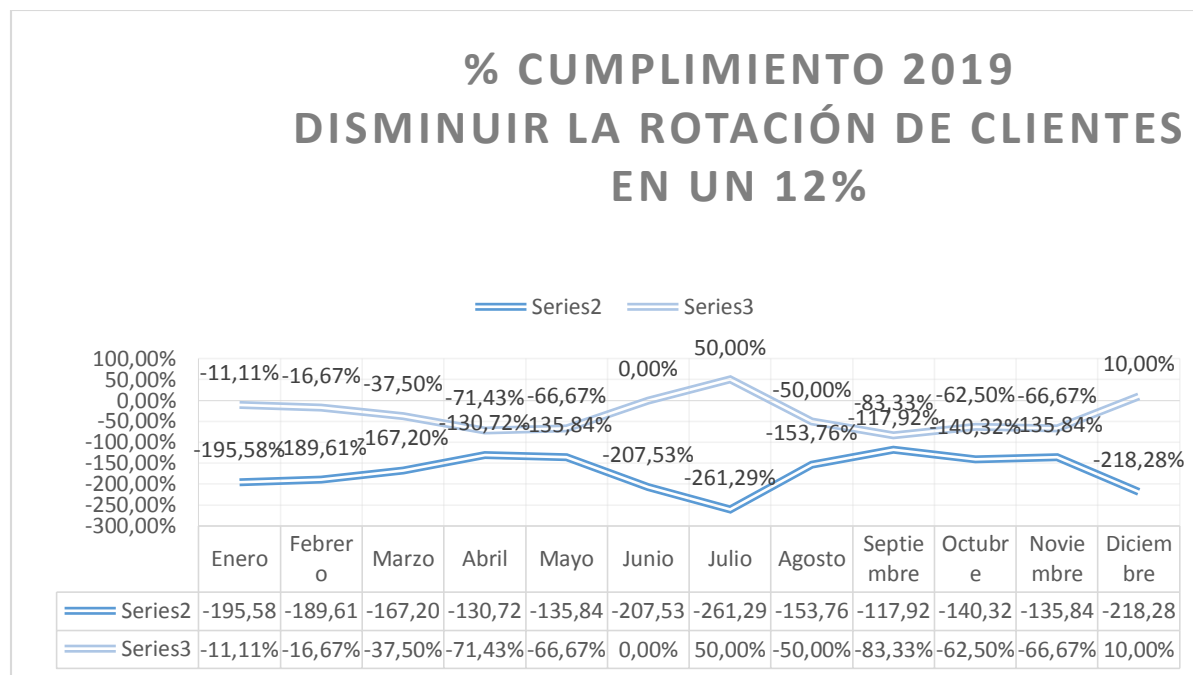
De acuerdo a las gráficas de rendimiento y cumplimiento, se pudo observar que tanto para el target como para el historial, el objetivo de reducir costos en un 5% se cumplió en la mayoría de meses, exceptuando enero y diciembre ya que debido a que la rentabilidad bajó, la empresa tuvo que incurrir en costos en un 7%.

9.4.1.2 Perspectiva Clientes.

Tabla 12. Objetivos Clientes de la Inmobiliaria Edgar Castro.

PERSPECTIVA DE CLIENTES	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR
Disminuir la rotación de los clientes en un 7%	Sistema de ventas
Aumentar el numero de clientes en un 6%	Sistema de ventas y Arriendos

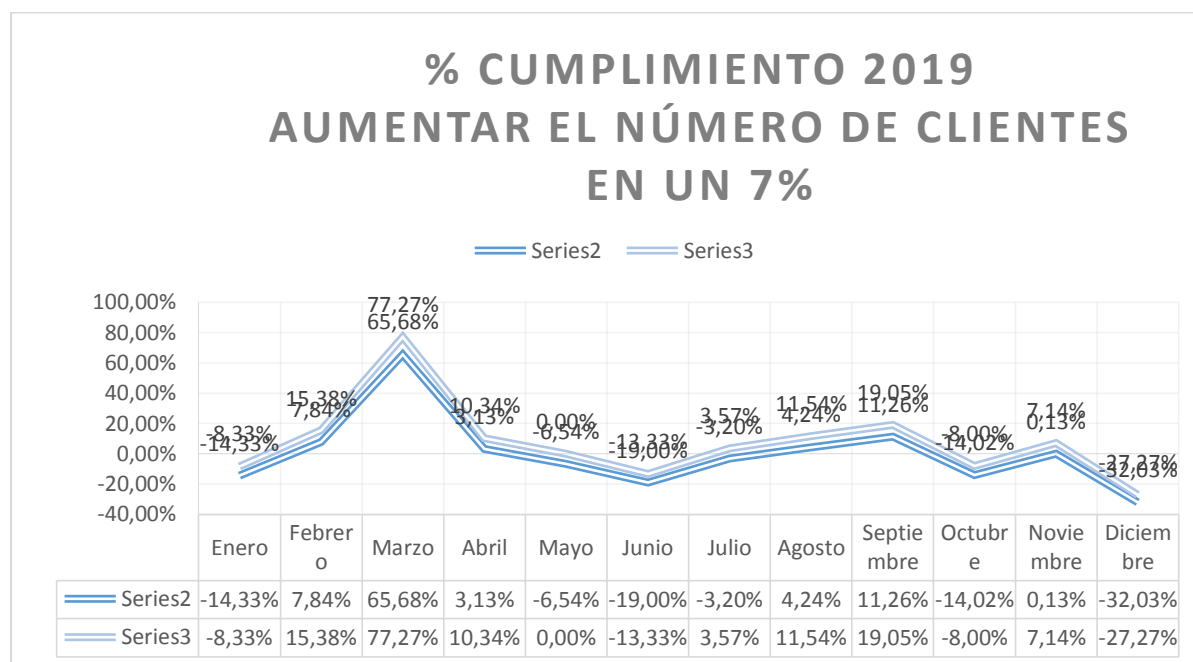
Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

Gráfica 12. Porcentaje de Cumplimiento de Disminuir Rotación de Clientes

Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

Mediante el objetivo de disminuir la rotación de clientes con el fin de aumentar la rentabilidad, se puede observar que en el año presente se cumplió en todos los meses. En el mes de Septiembre fue en donde menos rotación de clientes se evidenció, pero en Enero y Diciembre la rotación de clientes fue notoria lo que se evidencia en la pérdida de rentabilidad de la organización en estos dos meses.

Gráfica 13. Porcentaje de Cumplimiento de Aumentar la Cantidad de Clientes



Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

De acuerdo a la gráfica, el objetivo de aumentar la cantidad de clientes en un 7%, se cumplió en la mayoría de meses, teniendo en cuenta que en Abril, la cantidad de clientes aumentó en un 77% lo que se ve evidenciado en el aumento de rentabilidad en el mes siguiente. Los meses en donde menos clientes de obtuvieron fue en Enero y Diciembre con porcentajes de -14% y -32% respectivamente.

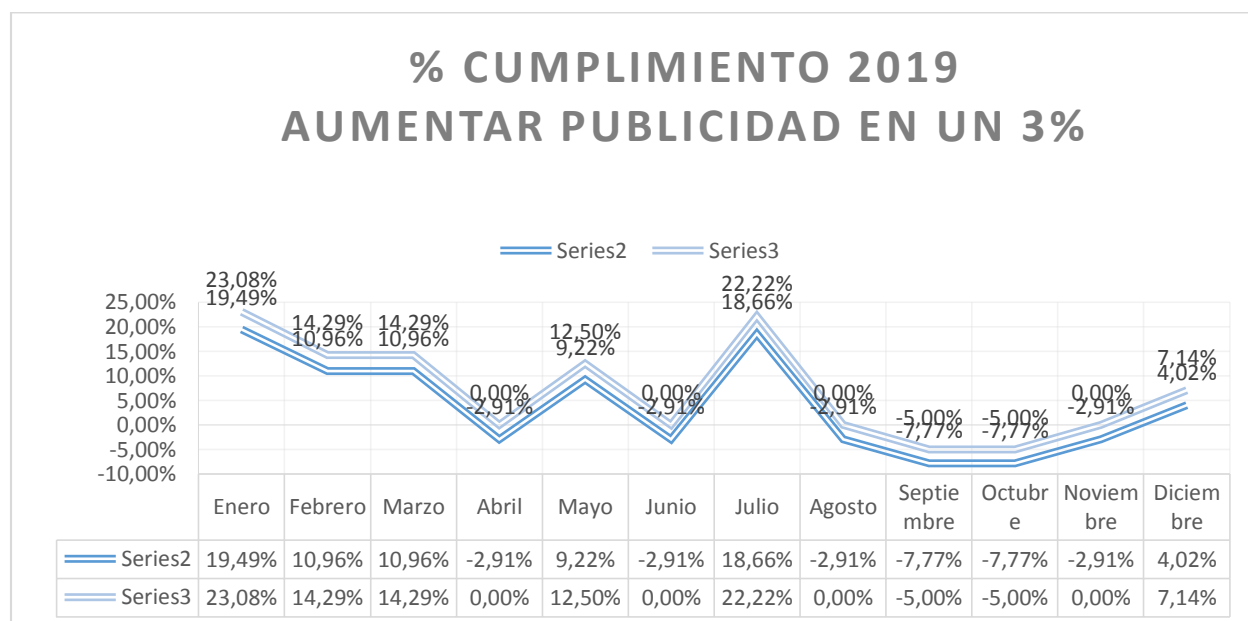
9.4.1.2 Perspectiva de Procesos Internos.

Tabla 13. Objetivos Procesos Internos de la Inmobiliaria Edgar Castro

PERSPECTIVA DE PROCESO INTERNO	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR
Aumentar publicidad en un 3%	Aumento de clientes, Sistema de ventas y Arriendos

Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

Gráfica 14. Porcentaje de Cumplimiento Aumentar la Publicidad



Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

De acuerdo a las gráficas con el target, el objetivo se cumplió a cabalidad, en donde los meses con mayor aumento de publicidad fueron Enero y Diciembre ya que en estos dos meses, los clientes disminuyeron significativamente afectando también a la rentabilidad de la empresa y por consiguiente se necesita de mayor publicidad para poder aumentar la captación de clientes en esos periodos y en el año siguiente.

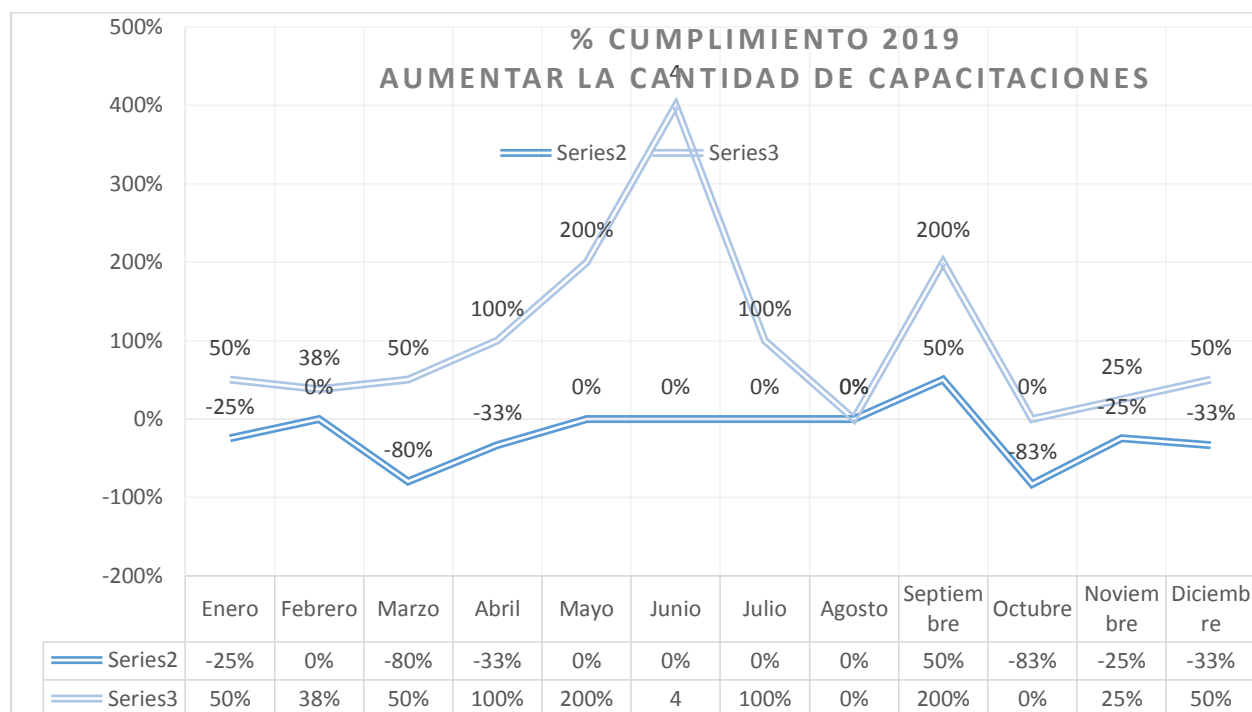
9.4.1.3 Perspectiva Recursos Humanos:

Tabla 14. Objetivos de Recursos Humanos de la Inmobiliaria Edgar Castro.

PERSPECTIVA DE RECURSO HUMANO	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR
Aumentar la cantidad de capacitaciones a los colaboradores	Aumento en la satisfacción de los empleados a: Muy satisfecho
Disminuir horas trabajadas por trabajador	Horarios y turnos de trabajo

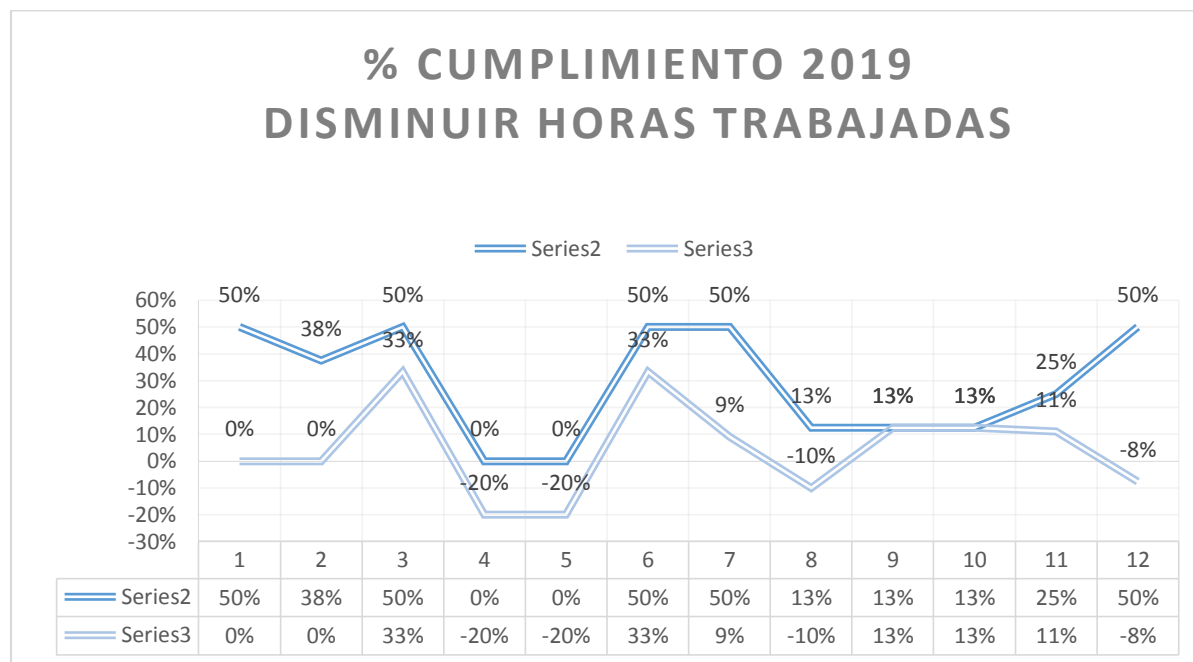
Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

Gráfica 15. Porcentaje de Cumplimiento de Aumentar Capacitaciones



Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

Según la gráfica de cumplimiento podemos observar que aunque el objetivo en el 2019 no se cumplió, las capacitaciones realizadas en el 2019, fueron mayores a las realizadas en el 2018. Esto fue necesario, gracias a la implementación de la cláusula 4 de la Norma NTC-ISO 9001:2015, ya que los empleados, necesitaban de éstas para la correcta caracterización de los procesos realizados bajo estándares de calidad Internacional.

Gráfica 16. Porcentaje de Cumplimiento de Disminuir las Horas trabajadas.

Fuente. Elaboración Propia con base en información de la Organización

Con el fin de que los trabajadores sean más eficientes, se plantea el objetivo de disminuir las horas trabajadas a las 8 horas reglamentarias, ya que los trabajadores de la organización se están sobrecargando laboralmente. Los meses en el que se logró cumplir el objetivo fueron Abril y Mayo con un 100% de cumplimiento, lo que se ve evidenciado en la rentabilidad de la organización. Gracias a la disminución de clientes y al objetivo de aumentarlos mismos en un 7% los meses con mayor intensidad horaria fueron Diciembre y Enero con un porcentaje de 50%.

Conclusiones

- La Prestación del servicio inmobiliario bajo estándares internacionales de calidad, requiere de la identificación y caracterización de los procesos para poder implementar el Sistema de Gestión de Calidad.
- La realización del diagnóstico inicial en la Inmobiliaria Edgar Castro en relación al cumplimiento de la norma NTC- ISO 9001 2015, teniendo en cuenta la cláusula número cuatro permitió evidenciar la carencia de la correcta identificación de los procesos de la compañía, los cuales son fundamentales para la futura Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad.
- La falta de mapa de procesos y de caracterización de los mismos, permitió realizar el punto fundamental para la implementación del Sistema de Gestión de Calidad el cuál es la creación de las tablas de caracterización de procesos.
- La creación de la Matriz DOFA, permitió implementar diferentes estrategias las cuales son fundamentales para la futura implementación del Sistema de Gestión de Calidad.
- Con la realización de la encuesta de percepción que tienen los clientes y posibles clientes se pudo evidenciar que la prestación del servicio inmobiliario en general, no tiene en cuenta estándares de calidad que permita la correcta captación de nuevos clientes.
- El mapa de procesos, permite identificar de manera clara y ordenada cada uno de los procesos de la inmobiliaria lo que permite elevar los estándares de calidad para la implementación del sistema y la prestación del servicio.
- La creación e implementación de las tablas de caracterización de procesos ayuda a definir las actividades necesarias para poder desarrollar de una manera correcta y ordenada cada

proceso con el fin de implementar estándares internacionales de calidad, basándose en la cláusula 4 de la NTC-9001 20015 en la organización.

- El compromiso mostrado por el gerente de la empresa mediante la asignación de recursos necesarios, permitió un buen desarrollo del proyecto
- El compromiso y disposición de todo el personal de la empresa, brindando toda la información necesaria y aportando ideas de mejora, fueron fundamentales para el buen desarrollo de la caracterización de los procesos para la futura implementación del Sistema de Gestión de Calidad.
- El conocimiento de la estructura organizacional por parte de los trabajadores de la empresa, asegura que los objetivos planteados se cumplan y que cada proceso sea desarrollado con calidad.
- La correcta definición de los procesos en una organización, es la base para la prestación de un servicio de alta calidad.
- El conocimiento de los procesos realizados en la organización por parte de los empleados, genera un cambio en la empresa ya que el servicio prestado es de calidad y los clientes se sienten satisfechos.
- El Balance Score Card, permite definir el cumplimiento de los objetivos planteados en la organización con el fin de analizar los procesos de mejora en la organización
- Mediante la Medición de Objetivos en las cuatro perspectivas más importantes de la organización: Financiera, de Clientes, Procesos Internos y Recursos Humanos, se logra analizar de manera general el funcionamiento de la Inmobiliaria Edgar Castro.

- La organización presentó un aumento en la rentabilidad en el mes de Mayo, mes en el que los procesos fueron caracterizados bajo estándares de calidad internacional de la Norma NTC-ISO 9001:2015.
- Las capacitaciones a los trabajadores, permitieron el desarrollo de la implementación de la cláusula cuatro de la Norma NTC-ISO 9001:2015 para caracterizar y conocer los procesos realizados en la organización.

Bibliografía

Alcalá, U. d. (2009). *Finanzas Cuantitativas*. Madrid.

Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Ediciones Diaz de Santos .

Caballero, S. M. (8 de Marzo de 2019). *Laa República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-mutis-caballero-500033/el-peso-del-sector-inmobiliario-2836824>

Calvo, A. A. (2013). *Gestión Inmobiliaria* . Cataluña: Universidad Abierta de Cataluña.

Castañeda, M. P. (24 de Octubre de 2018). *BBVA Research*. Obtenido de <https://www.bbvarsearch.com/publicaciones/presentacion-situacion-inmobiliaria-colombia-2018/>

Cuatro, C. (2015). *NTC ISO 9001*.

El Portafolio. (2018). Obtenido de <https://www.portafolio.co/>

Escriche, J. (2009). *Manual del Abogado*.

Fraino, L. M. (2018). *Metodología de la Investigación* .

Gómez, J. (Julio de 2018). *Gestión y Adminisración*. Obtenido de <http://www.gestionyadministracion.com/>

Gonzales, R. á. (2008). *Introducción a la Administración de Ventas*. El Salvador: Editorial Universidad Estatal a Distancia .

Icontec (2015) . (16 de Septiembre de 2018). Obtenido de
<https://www.icontec.org/Paginas/Home.aspx>

_____. *NTC ISO 9000* . ICONTEC.

Icontec. (2018). *Sistemas de Gestión de Calidad*. ICONTEC.

_____ *Sistemas de Gestión de Calidad* .

ICONTEC. (2019). *Gestión para el éxito sostenido de una organización*.

ISO 9000. (2015).

J.Acarria, J. (2009). *Contabilidad Financiera 1*.

Jauregui, B. G. (2006). *Técnicas de Avaluo de Bienes Agropecuarios o Agroindustriales*.

La Lonja de Bogotá. (2018). Obtenido de
<https://www.lonjadebogota.org.co/page/index.php/productos-y-servicios/avaluos-y-estudios-especiales>

Lloreda, E. Z. (2007). *Marketing Prromocional*. Editorial vertice.

López, P. (2015). *ISO 9001*.

_____ *Guía sobre la norma ISO 9001*. (2008).

Naden, C. (2017). *Manual para las pequeñas Empresas: Guía sobre la norma ISO 9001*.

NTC ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de la Calidad Requisitos. (2015).

Nudel, G. (2015). *ISO 9001:2015: El futuro de la Calidad*. IsoTools Excellence.

_____ *ISO 9001-2015 El futuro de la Calidad* . Mendoza: Isotools Excellence.

Pérez, D. A. (07 de Junio de 2019). *Banco de la República*. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/publicaciones/boletin-economico-regional-nororiental-2019-1>

Ramirez, A. M. (Junio de 2017). *Banco de la República*. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/ber>

Ruth Sautu, P. B. (2005). *Metodología de la Investigación* . Buenos Aires: CLACSO.

Tamayo, M. T. (2006). *Metodología formal de la investigación científica*. Armenia : Limusa (Noriega y Tamayo).

9. Anexos

Anexo A. Formato de Encuesta realizada a posibles Clientes

Expectativas sobre una Inmobiliaria.

¿Ha utilizado usted los servicios de una inmobiliaria ?

- Sí
- No
- No recuerdo

¿Cómo define usted su experiencia con los servicios prestados por las inmobiliarias ?

- Buena
- Regular
- Mala

¿Con qué finalidad tomaría un servicio inmobiliario ?

- Ventas
- Arriendo
- Ninguno

Teniendo en cuenta su experiencia con las inmobiliarias ¿Cuál cree que es la finalidad del servicio de éstas ?

- Asesorar
- Comisionar

¿Tiene usted conocimiento de lo que significa una "Asesoría Inmobiliaria"?

- Sí
- No

Anexo B. *Formato de Encuesta realizada a trabajadores de la Inmobiliaria Edgar Castro*

¿Tiene Conocimiento de la estructura organizacional de la inmobiliaria?

- Sí
- No

¿Sabe cuántos procesos se desarrollan en la Inmobiliaria ?

- De 1 a 3
- De 3 a 5
- Más de 5

¿Considera que los procesos de la empresa están bien definidos?

- Sí
- No

¿Considera que definir los procesos de la inmobiliaria detalladamente, ayuda a prestar un mejor servicio al cliente?

- Sí
- No

Anexo C. Plantilla Tabla de Procesos

Tabla 15. Plantilla Tabla de Procesos

1.	2.				
MACRO PROCESO	3.	PROCESO:	4.		
OBJETIVO:	5.				
ENTRADAS	PROCESO		SALIDAS		
6.	7.		8.		
9.			10.		
REQUISITOS APLICADOS	RECURSOS.		INDICADORES DEL PROCESO.		
11.	12.		13.		
Elaborado por:	14.	Revisado por:	15.	Aprobado por:	16.
DESCRIPCIÓN	17.				
OPORTUNIDAD	18.				

Fuente. Elaboración Propia con base en la Cláusula Cuarta NTC ISO 9001- 20015