



FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Empresarial

“MEJORA DE LA GESTIÓN DE PROCESOS PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA MAK INMOBILIARIA EN EL AÑO 2024”

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título
profesional de:**

Ingeniero Empresarial

Autor:

Emad Josue Aragon Tirado

Asesor:

Ing. Juan Luis Sotomayor Burga

<https://orcid.org/0000-0001-8415-4522>

Lima - Perú

2024

Informe de Similitud

Emad Josue Aragon Tirado

Mejora de la gestión de procesos para incrementar la productividad en el área de ventas de la empresa MAK Inmob...

 Quick Submit

 Quick Submit

 Asesores

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:old:::1:3304867605

Fecha de entrega

29 Jul 2025, 3:40 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

29 Jul 2025, 3:51 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

FINAL_TSP_JOSUE_ARAGON.docx

Tamaño de archivo

8.9 MB

77 Páginas

9697 Palabras

56.754 Caracteres



Página 2 of 83 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:old:::1:3304867605

14% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...


Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de fuentes excluidas

Fuentes principales

14%  Fuentes de Internet

0%  Publicaciones

10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto

81 caracteres sospechosos en N.º de página

El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, quienes con su esfuerzo, sacrificio y amor incondicional me han guiado y acompañado en cada etapa de mi vida. A ellos les debo no solo mi formación académica, sino también los valores que me han permitido seguir adelante con determinación.

A mi familia, por ser mi motor diario y por creer en mí incluso cuando yo dudaba.

Y a todas las personas que, de una u otra manera, han formado parte de este camino: sus palabras, consejos y apoyo han sido fundamentales para llegar hasta aquí.

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme la salud, la fuerza y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa.

A mis docentes y asesores, por compartir sus conocimientos y por su acompañamiento durante mi formación profesional. En especial, agradezco a quienes me guiaron directamente en la elaboración de este trabajo, por su tiempo, paciencia y orientación.

A la empresa MAK INMOBILIARIA, por brindarme la oportunidad de aplicar mis conocimientos en un entorno real y por la confianza depositada en mí.

A mis compañeros y amigos, por su apoyo, sus palabras de ánimo y por compartir este proceso lleno de aprendizajes.

Y finalmente, a todas aquellas personas que de alguna forma contribuyeron a que este logro hoy sea posible.

INDICE

Índice de tablas.....	9
Índice de Figuras	10
RESUMEN EJECUTIVO	11
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Trayectoria del autor	12
1.2. Descripción de la empresa.....	14
1.2.1. <i>Misión</i>	14
1.2.2. <i>Visión</i>	14
1.3. <i>Especificaciones de la empresa</i>	15
1.3. Formulación del Problema	21
1.4. Objetivos generales y específicos	22
1.4.1. Objetivos Generales.....	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.5. Hipótesis.....	22
1.5.1. Hipótesis General	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. <i>Antecedentes Internacionales</i>	23
2.1.2. Antecedentes Nacionales	25
2.1.3. <i>Antecedentes Departamentales</i>	26

2.2. Bases Teóricas.....	27
Gestión de procesos.....	27
Productividad en el área de ventas	28
Procesos en el área de ventas	29
Metodologías y herramientas para la mejora de procesos	30
Impacto de la gestión de procesos en la productividad.....	30
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	31
3.1. Situación actual de la empresa	31
3.2. Personas Involucradas en el proyecto laboral	32
3.3 Funciones Desempeñadas	33
3.4. Desarrollo del Proyecto.....	35
3.4.1. <i>Identificación del problema</i>	36
Captación (AS – IS)	38
Valorización (AS – IS).....	39
Venta (AS – IS).....	40
3.4.2. <i>Objetivos del proyecto</i>	40
3.4.3. <i>Estrategia General</i>	40
3.4.4. <i>Metodología Utilizada</i>	41
3.4.5. <i>Modelos y herramientas</i>	41
3.4.6. <i>Desarrollo por áreas clave del proceso</i>	43
3.4.6.1. <i>Mejora del proceso de Captación</i>	44

Proceso de Captación en BPM (TO – BE).....	45
3.4.6.2. Mejora del proceso de Valorización	48
1. Valorización por Homologación	48
2. Valorización por Flujo.....	50
3. Valorización por Corrida Financiera (Calculo Residual).....	51
3.4.6.3. Mejora del proceso de Venta.....	52
Proceso de Venta en BPM (TO – BE)	53
Pasos a Seguir y mejoras aplicadas en cada área - Venta	54
3.5. Consideraciones éticas	55
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	56
4.1. Comparación entre el proceso anterior (AS-IS) y el proceso mejorado (TO-BE)	57
4.2. Resultados cuantitativos por subproceso	58
4.2.1. Resultados del proceso de captación.....	58
4.2.2. Resultados en el proceso de valorización.....	59
4.2.3. Resultados en el proceso de ventas	60
4.3. Análisis de los resultados	61
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
5.1. Conclusiones	63
5.2. Recomendaciones.....	64
REFERENCIAS.....	65

ANEXOS..... 70

Índice de tablas

Tabla 1	Modelos y Herramientas Utilizadas para la Mejora de Proceso.....	41
Tabla 2	Procesos, problemas y acciones de mejora	44
Tabla 3	Pasos 1 - 5 y mejoras aplicadas en el proceso de Captación.....	46
Tabla 4	Pasos 6 - 13 y mejoras aplicadas en el proceso de Captación.....	47
Tabla 5	Comparación entre el proceso comercial (AS-IS) y el proceso mejorado (TO-BE)	57
Tabla 6	Indicadores del proceso de captación antes y después del proyecto	58
Tabla 7	Indicadores del proceso de ventas antes y después del proyecto	59
Tabla 8	Indicadores del proceso de ventas antes y después del proyecto	60

Índice de Figuras

Figura 1	Historia Mak Inmobiliaria	15
Figura 2	Ubicación de la empresa.....	16
Figura 3	Organigrama de la empresa	17
Figura 4	Metodologías en la gestión de procesos	28
Figura 5	Procesos de MAK INMOBILIARIA	29
Figura 6	Diagrama de Ishikawa	37
Figura 7	Diagrama BPMN del proceso de captación (AS-IS).....	38
Figura 8	Diagrama BPMN del proceso de Valorización (AS-IS).....	39
Figura 9	Diagrama BPMN del proceso de Venta (AS-IS).....	40
Figura 10	Tipos de inmuebles.....	43
Figura 11	Diagrama BPMN del proceso de Captación (TO-BE)	45
Figura 12	Valorización por Homologación y el análisis comparativo del mercado ..	49
Figura 13	Valorización por Flujo.....	50
Figura 14	Valorización Residual.....	51
Figura 15	Propuesta de Proyecto	52
Figura 16	Diagrama BPMN del proceso de Venta (TO-BE).....	53
Figura 17	Pasos 1 - 5 y mejoras aplicadas en el proceso de Venta.....	54

RESUMEN EJECUTIVO

La experiencia profesional se desarrolló en MAK Inmobiliaria, una empresa ubicada en Lima y dedicada a la intermediación de propiedades. El proyecto se centró en mejorar la productividad del área de ventas, que presentaba desorganización operativa, captaciones poco viables y un uso ineficiente del sistema CRM. Ante esta situación, se propuso como solución la mejora de procesos clave como la captación, valorización y atención al cliente comprador.

Para el diseño e implementación de la solución se emplearon herramientas como el modelado de procesos BPMN, el ciclo PHVA, plantillas técnicas de valorización y la configuración del CRM comercial. Estas acciones permitieron estandarizar flujos de trabajo, mejorar la calidad de propiedades ingresadas y reducir los tiempos de respuesta a los clientes.

Entre los principales resultados se logró incrementar la tasa de conversión de leads, reducir el porcentaje de propiedades mal captadas y fortalecer la coordinación entre las áreas involucradas. Las conclusiones reflejan que, al aplicar metodologías de gestión por procesos, se obtuvo una mejora tangible en la productividad comercial. Durante la experiencia se pusieron en práctica competencias como análisis de procesos, liderazgo operativo, comunicación efectiva y mejora continua.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En este capítulo abordaremos el problema central del estudio, la investigación tiene como objetivo describir los procesos de la empresa y la ejecución de las mejoras para incrementar la productividad en el área de ventas, el cual busca mejorar los tiempos del proceso de prospección y contacto con el cliente, negociación, cierre de ventas y atención postventa; el cual incrementará las ventas y la rentabilidad de la empresa. Además, se presenta la trayectoria del autor, así como los datos de la empresa tales como: organigrama, descripción de la empresa, servicios que brinda, misión, visión, etc.

1.1. Trayectoria del autor

Realicé estudios de pregrado en la Universidad Privada del Norte, desarrollando interés en la mejora de procesos y la gestión comercial de una empresa.

En el año 2019 trabajé como asistente administrativo de 7 – 2 pm para la empresa Servicio Generales La Solución S.A.C empresa constructora, la cual se encuentra ubicada en el distrito de Los Olivos. En esta empresa realicé la creación de un plan comercial, elaboración de reporte de pagos y control de caja chica.

A mediados de julio del 2020, ingrese a trabajar en la empresa 24 D&F SOLUCIONES S.A.C, donde empezó mi labor como asistente comercial, donde planifique las estrategias de ventas, prospección de nuevos clientes y estrategias de mercado que me sirvieron como experiencia en mi octavo ciclo.

A finales del 2021, empecé mi trabajo como operador de Rímac Seguros, donde principalmente me ayudo en la revisión analítica de los reportes de la central de riesgo de Rímac, así como identificación de casos críticos y pruebas de tecnología para mejorar plataformas de emisión.

La labor cumplida en el servicio de Coordinador comercial en la empresa MAK comprende desde 2023 hasta julio del 2024, periodo en el cual se trabajó con el gerente comercial, los vendedores comerciales e industriales y áreas administrativas.

En el transcurso del tiempo se mejoraron y desarrollaron nuevos procesos para la prospección y venta de las propiedades, así como manuales de inducción, captación y valorización, la cual mejoro la productividad y los tiempos muertos de los asesores.

El trabajo desarrollado a lo largo de un año se fundamenta en la relevancia del ingeniero empresarial dentro de una empresa inmobiliaria, cuya responsabilidad es abarca la optimización de los procesos de captación de propiedades y su posterior comercialización. Estas mejoras han permitido una gestión más eficiente, orientada a incrementar la productividad y garantizar la satisfacción tanto de los propietarios como de los clientes compradores., alineando las necesidades del mercado con los objetivos estratégicos de la empresa.

Actualmente laboró en la empresa MAK INMOBILIARIA como coordinador comercial, donde me encargo de mejorar los procesos de la empresa, proponer nuevas mejoras en el CRM y la creación de manuales como guía para los trabajadores de las distintas áreas. La mayoría de las mejoras se hicieron en el área de ventas, la cual es pieza fundamental de la organización.

1.2.Descripción de la empresa

Empresa peruana líder en el sector inmobiliario con más de 38 años de experiencia, donde gestionan la compra, venta y alquiler de casas, departamentos, oficinas, locales comerciales, industriales y terrenos a nivel nacional.

1.2.1. Misión

Ser identificados por nuestro excelente servicio, generando confianza y seguridad a todos nuestros clientes y así alcanzar su máxima satisfacción.

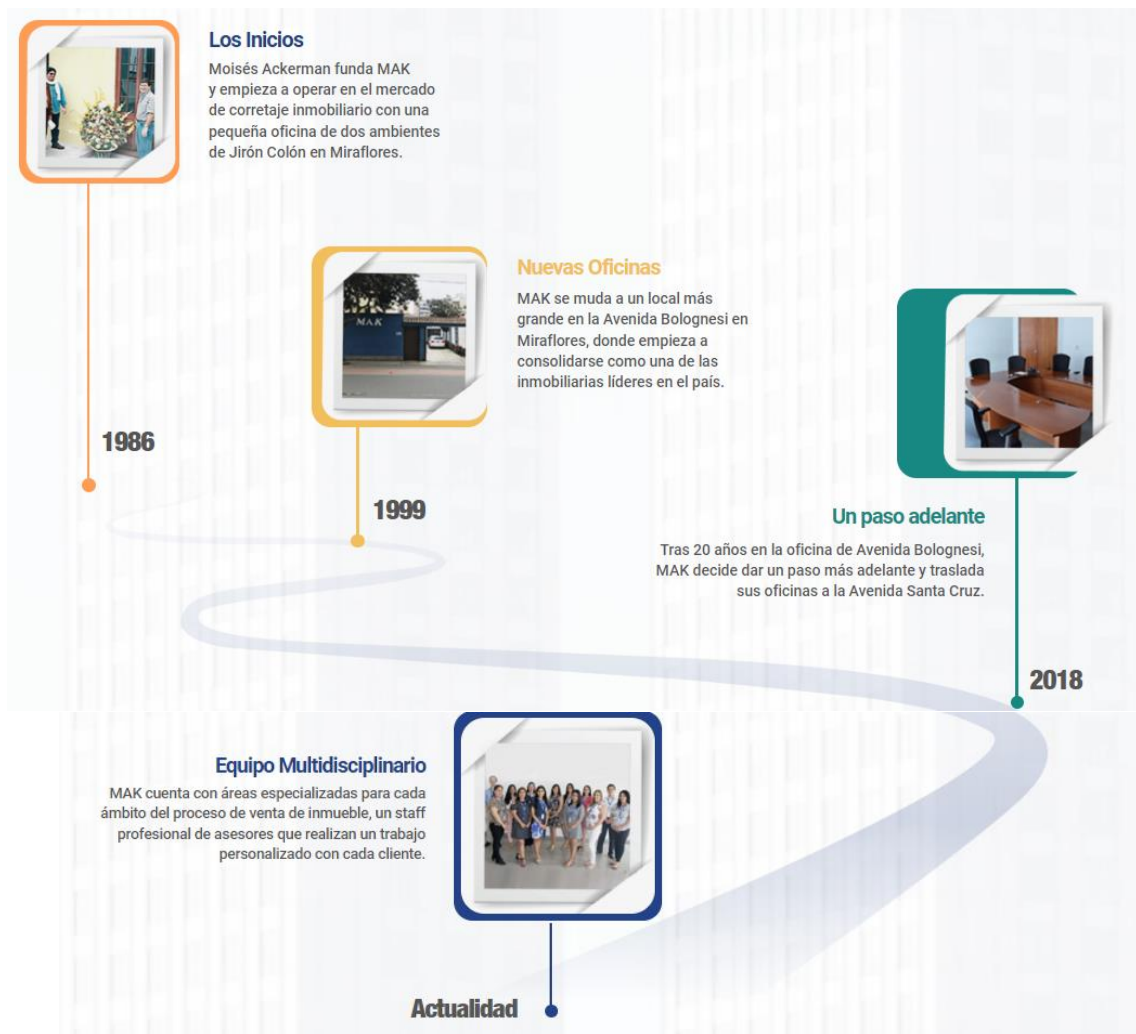
1.2.2. Visión

Ser la inmobiliaria líder en el mercado, reconocida por su integridad profesional a nivel nacional e internacional.

1.3. Especificaciones de la empresa

La Historia de MAK empieza en el año 1986 hasta la actualidad, en la siguiente imagen podemos observar cómo transcurrió su historia desde la fundación de la empresa.

Figura 1
Historia Mak Inmobiliaria



Nota. Datos de “Historia”, por MAK Soluciones Inmobiliarias, Fuente: MAK

A. Ubicación

Está Ubicado en Av. Santa Cruz 300 – Miraflores, es una casa de 2 pisos con más de 20 ambientes y jardín, cuenta con un área de oficinas administrativas y gerenciales.

Figura 2
Ubicación de la empresa



Nota. En la figura se muestra la fachada de la empresa MAK. Fuente: Elaboración

propia

B. Curso de Agente Inmobiliario

MAK como empresa brinda la oportunidad de convertirte en un agente inmobiliario, junto a alianzas estratégicas a nivel nacional y en convenio con el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, donde se podrá obtener tu código de agente y trabajar de manera profesional en todo el Perú.

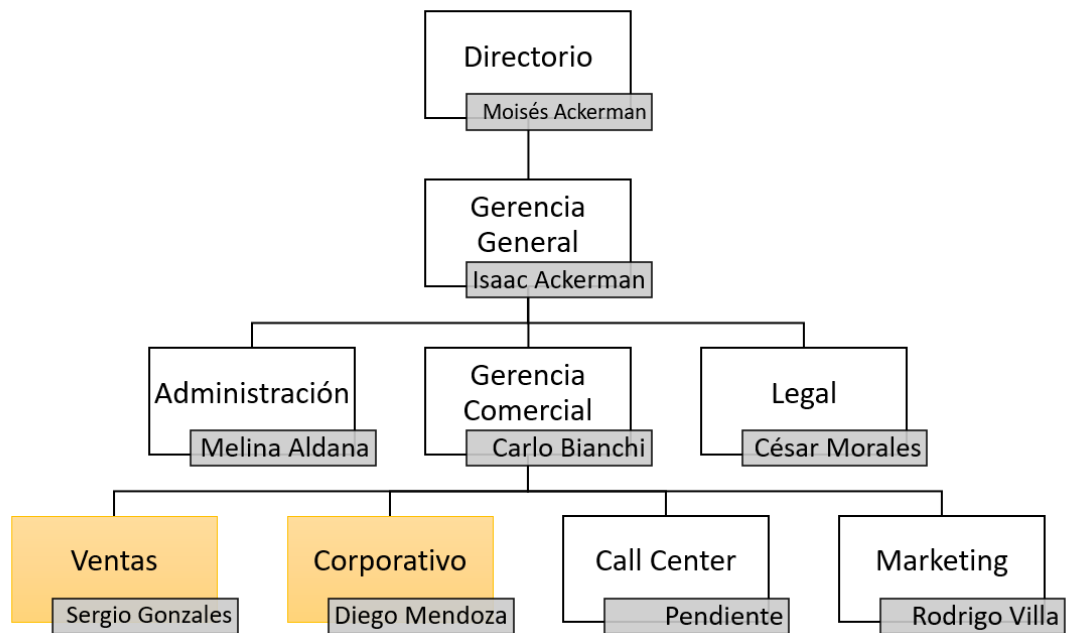
C. Grupo MAK

El grupo MAK opera en sectores como logística, salud, gastronomía, retail, hotelería, educación y entretenimiento. Cada Sector está representado por diversas marcas y proyectos que ofrecen productos y servicios especializados, desde restaurantes hasta desarrollos urbanísticos y hoteles.

1.1. Organigrama de la empresa

El Organigrama de la empresa está estructurado en el siguiente gráfico:

Figura 3
Organigrama de la empresa



Nota. En la figura se presenta el organigrama de la empresa de todos los jefes administrativos. Fuente: Elaboración propia

A) Directorio: Moisés Ackerman

Es el responsable de supervisar la estrategia general y el rumbo de la empresa, además al ser la cara de la compañía, asiste a reuniones gerenciales y digitales.

- Tomar decisiones clave sobre políticas y proyectos de inversión.
- Asegurar el cumplimiento de las normativas legales y éticas en la operación de la empresa.

B) Gerencia General: Isaac Ackerman

- Administrar y coordinar todas las actividades de la empresa.
- Implementar la visión y misión establecidas por el Directorio.
- Evaluar el desempeño general y proponer mejoras en las operaciones.

C) Administración: Melina Aldana

- Gestionar los recursos humanos y materiales de la empresa.
- Elaborar y controlar presupuestos.
- Asegurar la correcta ejecución de los procesos administrativos y financieros.

D) Gerencia Comercial: Carlo Bianchi

- Desarrollar estrategias comerciales para la captación y fidelización de clientes.
- Supervisar el desempeño del equipo de ventas.
- Analizar el mercado para identificar nuevas oportunidades de negocio.

E) Legal: César Morales

- Asesorar en asuntos legales relacionados con transacciones inmobiliarias.

- Asegurar el cumplimiento de normativas y leyes aplicables.
- Elaborar y revisar contratos y documentos legales.

F) Jefe de Ventas: Sergio Gonzales

- Liderar y motivar al equipo de ventas.
- Establecer metas y objetivos de ventas.
- Coordinar la capacitación y desarrollo del personal de venta

G) Jefe Corporativo: Diego Mendoza

- Gestionar relaciones con clientes corporativos.
- Desarrollar estrategias para ventas a empresas y negocios.
- Supervisar la atención al cliente y resolución de conflictos.

H) Call Center

- Brindar atención al cliente a través de llamadas telefónicas.
- Recoger información sobre necesidades y preferencias de los clientes.

- Apoyar al equipo de ventas en la gestión de leads.

I) Marketing: Rodrigo Villa

- Diseñar y ejecutar campañas de marketing para promocionar propiedades.

- Realizar investigaciones de mercado para entender las tendencias y comportamientos de los consumidores.

1.2. Servicios de la empresa

MAK cuenta con 6 servicios para asesoramiento a clientes, empresas e instituciones que deseen comprar o vender una propiedad con el fin de satisfacer sus necesidades.

- **Asesoría Legal:** Se realizan el estudio legal del inmueble previo a la compra/venta, garantizando la transferencia de la propiedad e inscripción en Registros Públicos
- **Financiamiento Bancario:** Trabaja con distintas financieras y gestionan los créditos de nuestros clientes reuniendo la documentación necesaria para la aprobación de un crédito
- **Gestión de trámites:** Saneamiento de los inmuebles en las municipalidades y en Registros Públicos
- **Investigación y análisis inmobiliario:** Área especializada en recoger y procesar la información diaria de los inmuebles en oferta para poder así poner un valor comercial a una propiedad.
- **Inversiones Inmobiliarias:** Alternativas de inversión en el mercado inmobiliario
- **Proyecto de arquitectura y remodelación:** Están capacitados para transformar tus ideas en realidad
- **Valorización:** Analizan el mercado a través de nuestro sistema de recopilación de información diaria, permitiéndonos estar al corriente del precio referencial por metro cuadrado para una mejor valorización de su propiedad.

1.3. Formulación del Problema

El negocio inmobiliario en Perú está actualmente expuesto a varios retos que repercuten negativamente en su eficiencia y rendimiento, especialmente en las ventas. La necesidad de optimizar los procesos de gestión se vuelve esencial para adaptarse a un mercado altamente competitivo. Un estudio llevado a cabo por Bocanegra Cuya (2020), evidencia que las empresas del sector han experimentado una caída en su rentabilidad y liquidez a raíz de la pandemia de COVID-19, lo que resalta la urgencia de implementar estrategias que mejoren sus operaciones y resultados económicos. Según un estudio reciente, la falta de una estrategia clara en la gestión de procesos afecta directamente la productividad y competitividad de las empresas del rubro, generando pérdidas económicas y un aprovechamiento deficiente de los recursos disponibles (Marín Bardales et al., 2023; Quiroz Farias & Malca Rodríguez, 2022).

Además, Vargas y Cárdenas (2022) mencionan que la gran mayoría de inmobiliarias no han aprovechado las herramientas digitales disponibles para potenciar la captación de clientes y la comercialización de propiedades, lo que limita su capacidad para responder a las exigencias del mercado.

Dada estas circunstancias, se formula la siguiente interrogante: ¿De qué manera puede mejorar la productividad en la gestión de procesos del área de ventas en la empresa MAK SOLUCIONES INMOBILIARIA SAC, considerando que el sector enfrenta grandes desafíos?

1.4.Objetivos generales y específicos

1.4.1. Objetivos Generales

Mejorar la gestión de los procesos en el área de ventas de la empresa MAK Soluciones Inmobiliaria SAC para incrementar la productividad para el año 2024.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar los procesos del área de ventas
- Calcular la productividad inicial del área de ventas
- Implementar la mejora de procesos y herramientas tecnológicas en el área de ventas
- Calcular la productividad después de haber implementado la mejora de gestión de procesos y herramientas tecnológicas.

1.5.Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La mejora en la gestión de los procesos del área de ventas de MAK Soluciones Inmobiliaria SAC permitirá incrementar significativamente la productividad de la empresa en el año 2024.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se abordan los aspectos teóricos que comenzará con la revisión de antecedentes relacionados a experiencias similares, lo que permitirá demostrar la pertinencia y los resultados en el área de ventas. En ese sentido, se explicará las teorías relacionadas con las palabras claves: Gestión de proceso, Productividad, Proceso de ventas.

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Oliveira et al. (2025), en su artículo publicado en *Technological Forecasting and Social Change*, desarrollaron una investigación orientada a analizar cómo la digitalización de los procesos de ventas impacta en el rendimiento empresarial de empresas B2B en América Latina. El estudio tuvo como objetivo optimizar el proceso comercial mediante herramientas digitales que permitan estandarizar y automatizar las etapas de la venta. Se aplicó un enfoque cuantitativo a través de encuestas a 126 gerentes de ventas. La metodología se centró en la medición de indicadores clave de rendimiento (KPIs), la integración de CRM y el análisis de productividad antes y después de la implementación digital. Los resultados revelaron un incremento del 25% en la eficiencia operativa y una mejora en la toma de decisiones. Se concluyó que la digitalización, acompañada de una adecuada gestión de procesos, mejora directamente la productividad y la competitividad de las empresas en mercados emergentes.

Lahtinen et al. (2024), en su trabajo presentado en la *International Conference on e-Business*, examinaron la transformación digital de los procesos de ventas en empresas tecnológicas europeas. El estudio tuvo como objetivo entender cómo las empresas adaptan sus estrategias de ventas al entorno digital y qué impacto tiene ello en su productividad. Se adoptó un enfoque cualitativo con entrevistas a 18 gerentes comerciales en Finlandia. Entre las herramientas utilizadas se encuentran la implementación de plataformas de ventas online, automatización de tareas y análisis de datos de clientes. Los hallazgos indicaron que la digitalización de los procesos contribuyó a una reducción del 40% en el ciclo de ventas y a una mejora significativa en la comunicación con los clientes. El estudio concluyó que la transformación digital no solo mejora la eficiencia interna, sino que también fortalece el valor percibido por el cliente

McKinsey & Company (2023), en su informe técnico, abordaron cómo la inteligencia artificial generativa puede redefinir la productividad en múltiples sectores, incluyendo el área de ventas. El objetivo del informe fue explorar el potencial económico de la IA generativa y cómo puede ser aplicada para optimizar procesos de ventas. El enfoque fue analítico y basado en casos reales de empresas multinacionales que implementaron modelos de IA para tareas comerciales como atención al cliente, pronóstico de ventas y segmentación de mercado. Los resultados evidenciaron aumentos en la productividad de hasta un 35%, con mejoras notables en la personalización de servicios y reducción de tiempos de respuesta. El informe concluye que la implementación de tecnologías emergentes, como la IA generativa, constituye una herramienta clave para mejorar el rendimiento de los equipos de ventas en entornos altamente competitivos.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Arroyo Quesquén y Huertas Conde (2021), en su tesis de licenciatura en la Universidad Señor de Sipán, desarrollaron una investigación enfocada en incrementar la productividad en el área de programación de la empresa Unión de Concreteras S.A. en Lima. El objetivo fue elaborar una propuesta de gestión por procesos que optimizara las operaciones y redujera ineficiencias. Se utilizó un diseño no experimental-descriptivo con una muestra de 15 colaboradores del área. La metodología incluyó herramientas como Bizagi Modeler y la implementación de la técnica de las 5S. Los resultados mostraron una mejora significativa en la productividad, evidenciando que una adecuada gestión de procesos contribuye directamente al rendimiento organizacional. Se concluyó que la inversión en herramientas de gestión por procesos genera beneficios económicos, reflejados en un retorno de inversión favorable.

Porras Arauco (2023), en su tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad Continental, presentó una propuesta de mejora en los procesos operativos para incrementar la productividad en una empresa de grifos en Lima. El objetivo fue diseñar mejoras en los procesos de gestión de compras y abastecimiento de combustible utilizando la metodología DMAIC. Se aplicó un diseño no experimental, transversal descriptivo, empleando la observación directa como técnica de recolección de datos. La propuesta demostró ser viable, proyectando un aumento en la productividad estimado en un 37.62%. Se concluyó que la implementación de estas mejoras es factible y traerá beneficios económicos significativos para la empresa.

Carranza Ferreyra (2022), en su tesis de licenciatura en la Universidad Privada del Norte, implementó la gestión por procesos en la empresa P.A. Perú S.A.C. para mejorar la productividad. Se identificaron deficiencias en los procesos y se aplicó la metodología PHVA. Los resultados mostraron una correlación positiva muy alta (0.686) entre la gestión por procesos y la productividad, con un nivel de confiabilidad del 95%.

2.1.3. Antecedentes Departamentales

Ramírez Acuña (2020), en su tesis de licenciatura en la Universidad Señor de Sipán, diseñó una propuesta de gestión por procesos para mejorar la productividad del área de proyectos de la empresa Grupo Strategys S.A.C. en Chiclayo. El objetivo fue estandarizar los procesos operativos y reducir reprocesos. Se utilizó un diseño preexperimental con una muestra de 10 colaboradores. La implementación de la propuesta resultó en un incremento del 27.8% en la productividad, destacando la importancia de la estandarización y capacitación del personal. Se concluyó que la gestión por procesos mejora significativamente la eficiencia en el área de proyectos

Eneque Flores y Tello Barahona (2020), en su tesis de grado en la Universidad Señor de Sipán, aplicaron la gestión por procesos para incrementar la productividad en la empresa Comercio Industria y Servicios GMV E.I.R.L. en Lambayeque. El objetivo fue analizar y mejorar los procesos existentes mediante la implementación de maquinaria en el proceso de codificado, envasado y sellado. Se empleó un diseño descriptivo y aplicado con una muestra de 21 colaboradores. Los resultados proyectaron un incremento en la productividad parcial de la mano de obra de 260.25% para la línea de pan y 158.87% para la línea de huevos sancochados. Se concluyó que la automatización y gestión adecuada de procesos son fundamentales para mejorar la productividad.

Carrión Gonzales (2020), en su tesis de licenciatura en la Universidad César Vallejo, propuso la gestión por procesos para incrementar los niveles de productividad en el almacén de Hipermercados Tottus S.A. en Chiclayo. El objetivo fue mejorar la eficiencia operativa mediante la implementación de Lean Manufacturing, 5S, Kaizen y clasificación ABC. Se utilizó un diseño no experimental con una muestra de 12 trabajadores. Los resultados indicaron mejoras en la productividad y reducción de mermas. Se concluyó que la gestión por procesos es efectiva para optimizar las operaciones en almacenes del sector retail.

2.2. Bases Teóricas

Gestión de procesos

La gestión de procesos es un enfoque sistemático que permite identificar, diseñar, documentar, controlar y mejorar continuamente las actividades interrelacionadas que transforman insumos en productos o servicios con valor para el cliente (Días Cuchipec, 2024; Medwave, 2011). Este enfoque busca eliminar ineficiencias y barreras internas, facilitando la coordinación transversal entre áreas, y orientando la organización hacia la satisfacción del cliente y la mejora constante (Arias Coello, 2016). Según Días Cuchipec (2024), existen diversas metodologías para la gestión de procesos, entre las que destacan Business Process Improvement (BPI), Lean Manufacturing, Six Sigma y Business Process Management (BPM), cada una con características y herramientas específicas para optimizar procesos.

Figura 4
Metodologías en la gestión de procesos

Metodología	Características principales	Ventajas	Desventajas
Business Process Improvement (BPI)	Enfoque en la mejora continua de procesos existentes	Fácil integración con sistemas actuales	Puede ser lento en resultados visibles
Lean Manufacturing	Elimina desperdicios y optimiza flujo de trabajo	Reduce costos y tiempos	Requiere cultura organizacional fuerte
Six Sigma	Enfoque estadístico para reducir variabilidad	Mejora calidad y reduce defectos	Implementación compleja y costosa
Business Process Management (BPM)	Modela, ejecuta y monitorea procesos con tecnología	Permite automatización y análisis en tiempo real	Requiere inversión tecnológica

Nota. En la imagen se presenta las metodologías utilizadas en la gestión de procesos. Fuente:

Elaboración Propia

Productividad en el área de ventas

La productividad en ventas se define como la relación entre los resultados comerciales y los recursos invertidos, incluyendo tiempo, personal y costos (Compass, 2025; Ravichagua Sotelo, 2022). Este concepto implica optimizar la eficiencia en la conversión de oportunidades en ingresos, eliminando actividades que no agregan valor (Ravichagua Sotelo, 2022). La productividad es dinámica y depende de factores como la estacionalidad del mercado y la tecnología disponible. Por ejemplo, el uso de sistemas CRM automatizados puede aumentar la capacidad de gestión por agente hasta en un 27%, liberando tiempo para actividades comerciales clave (HubSpot, 2024). Indicadores comunes para medir productividad incluyen la tasa de conversión de leads, costo por transacción y rentabilidad por metro cuadrado vendido.

Procesos en el área de ventas

Los procesos en ventas comprenden etapas desde la prospección hasta la postventa, diseñadas para atraer, convertir y fidelizar clientes (Mallar, 2010; Talledo Diaz, 2019). Cada etapa agrega valor y debe estandarizarse para reducir la variabilidad y mejorar la experiencia del cliente (Talledo Diaz, 2019). La tecnología, como bases de datos y CRM, es clave para optimizar estos procesos y facilitar la coordinación entre ventas, marketing y áreas legales, evitando reprocesos (Rodríguez, 2023).

Figura 5
Procesos de MAK INMOBILIARIA

Proceso	Actividades clave	Impacto en productividad
Prospección	Búsqueda de clientes potenciales, contacto	Determina el volumen de oportunidades
Negociación	Presentación, negociación y cierre	Influye en la tasa de cierre
Postventa	Seguimiento y fidelización	Genera referidos y repetición de compra

Nota. En la imagen se presenta los 3 procesos mas importantes en el área de venta.

Fuente: Elaboración Propia

Metodologías y herramientas para la mejora de procesos

Existen diversas metodologías para mejorar procesos, entre las más utilizadas están el ciclo PDCA, Six Sigma, Lean Manufacturing y BPM (Días Cuchipe, 2024; HubSpot, 2024).

- **PDCA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar):** Método iterativo para implementar mejoras continuas (Consuunt, 2025).
- **Six Sigma:** Utiliza técnicas estadísticas para reducir defectos y mejorar calidad (Días Cuchipe, 2024).
- **Lean Manufacturing:** Enfocado en eliminar desperdicios y optimizar flujo de trabajo (HubSpot, 2024).
- **BPM:** Modela, automatiza y monitorea procesos usando tecnología (Días Cuchipe, 2024).

Impacto de la gestión de procesos en la productividad

La aplicación efectiva de la gestión por procesos mejora significativamente la productividad organizacional, reduciendo tiempos de ciclo, estandarizando actividades y aumentando la rentabilidad (Ravichagua Sotelo, 2022; Betancur Ospina, 2011). Por ejemplo, empresas inmobiliarias que documentan y optimizan sus procesos pueden reducir el tiempo promedio de cierre de ventas hasta en un 35% (Betancur Ospina, 2011). Además, la gestión por procesos permite una mejor redistribución de recursos y empodera a los equipos para tomar decisiones basadas en datos en tiempo real, incrementando la capacidad productiva y la satisfacción del cliente (Rodríguez, 2023).

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

En este capítulo se presenta el panorama existente en la empresa, en donde se explica la realidad problemática que se observa en MAK INMOBILIARIA. A partir de este análisis, se planteará el problema, los objetivos, tanto generales como específicos y la hipótesis correspondiente. Por otra parte, se presenta la metodología, las herramientas utilizadas, el desarrollo y las consideraciones éticas del estudio.

3.1. Situación actual de la empresa

Mi experiencia profesional se desarrolló en la empresa MAK Inmobiliaria, ubicada en el distrito de Miraflores, Lima. Esta organización cuenta con más de 50 colaboradores y se dedica a la comercialización de propiedades, ofreciendo servicios de venta, alquiler, asesoría legal y desarrollo de proyectos inmobiliarios. Su segmento principal está enfocado en clientes de clase media y media alta, comercializando inmuebles a partir de los 60 mil dólares.

Ingresé a la empresa en septiembre de 2023 como Back Office Comercial, gracias a la recomendación de la entonces Asistente de Procesos. Desde un inicio, mi labor estuvo orientada a mejorar los procesos del área comercial y brindar soporte al equipo de procesos. Luego de seis meses, pasé a desempeñarme como Agente Inmobiliario, y tras otros seis meses, asumí el cargo de Coordinador Comercial, liderando la gestión del equipo de ventas y aportando en la mejora continua de los procesos internos.

Al momento de mi ingreso, el área de ventas atravesaba una serie de dificultades que afectaban directamente su productividad y eficiencia. El uso del sistema CRM era deficiente, no existían flujos definidos para las actividades clave y se evidenciaba un desorden significativo en la captación de propiedades. Muchos asesores, presionados por la cuota mínima de cuatro captaciones mensuales, ingresaban propiedades sin evaluar criterios clave como el valor real de mercado, el porcentaje de comisión o el estado legal del inmueble. Esto generaba una cartera cargada de propiedades difíciles de vender por su sobreprecio o baja rentabilidad.

Durante los primeros meses de mi permanencia, nos enfocamos en estudiar detalladamente cada propiedad captada, depurar la base de datos y quedarnos únicamente con las mejores oportunidades comerciales, lo cual permitió establecer una base sólida para el desarrollo del proyecto de mejora de procesos en el área de ventas.

3.2. Personas Involucradas en el proyecto laboral

El proyecto de mejora de procesos en el área de ventas contó con la participación de diferentes actores clave dentro de MAK Inmobiliaria. Cada uno aportó desde su rol y experiencia para impulsar los cambios necesarios. Las personas involucradas fueron:

- Coordinador del equipo de procesos: Fue uno de los principales impulsores de la mejora continua dentro de la empresa. Supervisó y brindó soporte en el rediseño de los procesos comerciales, en especial durante la etapa de diagnóstico y modelamiento.
- Asistente de procesos: Fue quien me recomendó para ingresar a la empresa y con quien trabajé de forma directa en la revisión, documentación y mejora de los procesos existentes. También tuvo un rol fundamental en la validación de los diagramas BPMN y en la implementación de cambios a nivel operativo.

- Gerencia general: Aprobó el desarrollo del proyecto y brindó lineamientos estratégicos para que la mejora de procesos esté alineada con los objetivos comerciales de la empresa. Además, apoyó en la toma de decisiones cuando se propusieron cambios estructurales, como la reducción de captaciones no calificadas.
- Asesores comerciales: Fueron actores fundamentales, ya que ellos ejecutaban los procesos de captación y venta. Su retroalimentación constante permitió identificar los principales cuellos de botella en la operación diaria. También participaron en la validación y adopción de los nuevos flujos definidos.
- Área legal y administrativa: Participó en las reuniones de revisión de procesos, sobre todo en lo relacionado con la documentación de propiedades y los procedimientos de cierre de venta, asegurando el cumplimiento normativo en cada etapa.

Mi rol dentro del proyecto fue inicialmente de soporte y análisis, pero con el tiempo asumí la coordinación general del proyecto, guiando a los distintos actores en la ejecución de mejoras, aplicando metodologías de gestión por procesos y liderando la implementación de cambios en el sistema CRM.

3.3 Funciones Desempeñadas

Mi participación en MAK Inmobiliaria inició en septiembre del 2023 como **Back Office Comercial**, desempeñando funciones principalmente administrativas y de soporte operativo. Desde esta posición comencé a familiarizarme con los procesos de venta y captación, y rápidamente identifiqué oportunidades de mejora en la gestión del área comercial.

Durante mis primeros meses, mis funciones incluyeron:

- Apoyo al equipo de procesos en la revisión y análisis de los procedimientos comerciales existentes.
- Recolección y organización de información sobre la captación de propiedades, uso del CRM, seguimiento a clientes y cierre de ventas.
- Elaboración de reportes de cumplimiento comercial, calidad de captaciones y productividad por asesor.

Tras seis meses, asumí el rol de Agente Inmobiliario, lo cual me permitió tener un conocimiento más profundo del proceso operativo real. Esta experiencia fue clave para comprender directamente los problemas estructurales del área de ventas, como el mal uso del CRM, la escasa calificación de propiedades y la presión por cumplir cuotas de captación que perjudicaban la calidad del portafolio.

Como agente, participé activamente en:

- La captación y valorización de propiedades.
- El acompañamiento al cliente comprador desde el interés inicial hasta el cierre de la venta.
- El uso del CRM para gestionar mis clientes y reportar avances.

Posteriormente, fui promovido a Coordinador Comercial, cargo desde el cual lideré formalmente el proyecto de mejora de la gestión de procesos. En esta etapa mis funciones se enfocaron en:

- Diagnosticar los problemas críticos del proceso comercial, especialmente en captación y seguimiento de clientes.

- Trabajar en conjunto con el área de procesos para rediseñar los flujos clave, utilizando herramientas como BPMN.
- Coordinar la depuración del portafolio de propiedades, priorizando la calidad sobre la cantidad.
- Promover el uso adecuado del CRM entre los asesores y diseñar rutinas de seguimiento estandarizadas.
- Implementar mejoras estratégicas que permitieran al equipo alcanzar mayor productividad con menores recursos.

Esta evolución de funciones me permitió adquirir una visión integral del negocio y aplicar competencias clave en análisis de procesos, liderazgo, comunicación y mejora continua.

3.4. Desarrollo del Proyecto

A continuación, se detalla el desarrollo del proyecto de mejora de procesos comerciales en MAK Inmobiliaria, desde la identificación del problema hasta su implementación, describiendo los objetivos, metodología, herramientas aplicadas y etapas desarrolladas.

3.4.1. Identificación del problema

Al momento de iniciar el proyecto, se identificaron múltiples situaciones que afectaban directamente el rendimiento del área comercial. A pesar de contar con un equipo amplio y una cartera considerable de propiedades, los niveles de productividad no eran los esperados. Esta problemática fue reconocida tanto por la jefatura como por los propios asesores inmobiliarios.

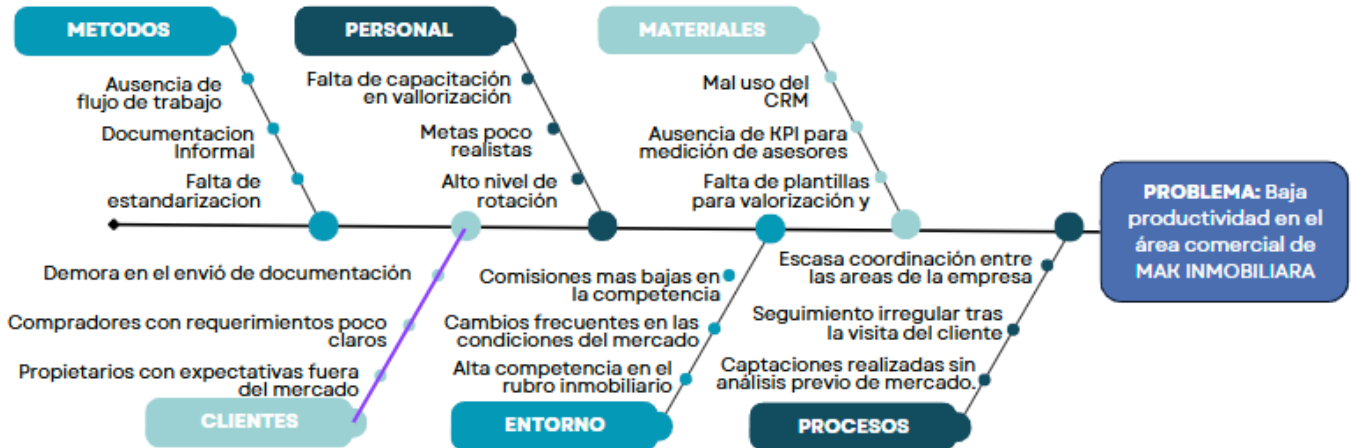
Tras observar y analizar los procesos clave del área de ventas: captación, valorización y gestión de clientes compradores se detectaron ineficiencias operativas, falta de estandarización, procesos manuales innecesarios y un uso deficiente del CRM, lo que generaba desorganización y pérdida de oportunidades comerciales.

A partir de esta evaluación, se estableció el siguiente problema central:

Baja productividad en el área de ventas de MAK Inmobiliaria, reflejada en tiempos prolongados para concretar una venta, captaciones mal gestionadas y seguimiento ineficiente a potenciales compradores.

Para profundizar en las causas que originaban este problema, se utilizó el diagrama de Ishikawa, una herramienta de análisis que permite identificar y clasificar las causas de un problema según distintas categorías operativas.

Figura 6
Diagrama de Ishikawa



Nota. En la figura se presenta el diagrama de causa – efecto de MAK INMOBILIARIA. Fuente: Elaboración propia

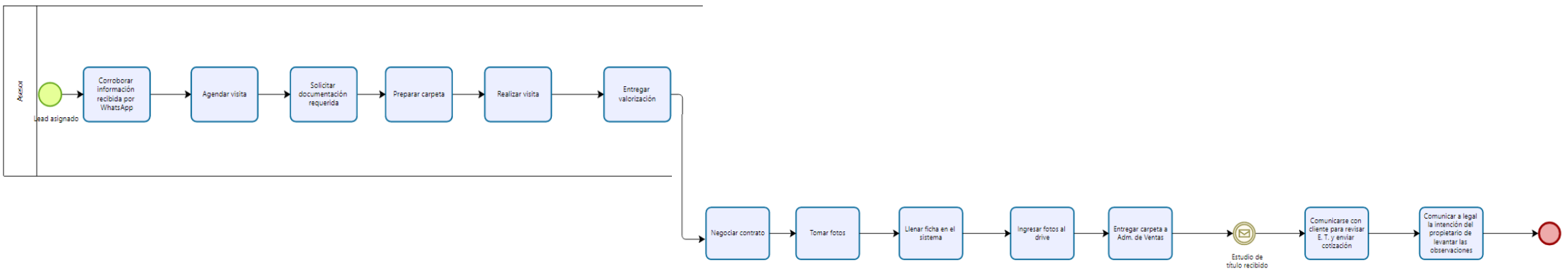
La combinación de estos factores provocaba que se captaran propiedades difíciles de vender, se saturara el sistema con registros incompletos, se perdiera trazabilidad en la atención al cliente comprador y se ralentizaran los tiempos de respuesta en general. Esto afectaba directamente los niveles de productividad, la conversión de leads en ventas, y la satisfacción tanto de propietarios como de compradores.

A continuación, detallaremos como eran los procesos más importantes del área comercial los cuales son, captación, valoración y ventas.

Captación (AS – IS)

Como presentamos en la siguiente imagen, así funcionaba el proceso de captación.

Figura 7
Diagrama BPMN del proceso de captación (AS-IS)

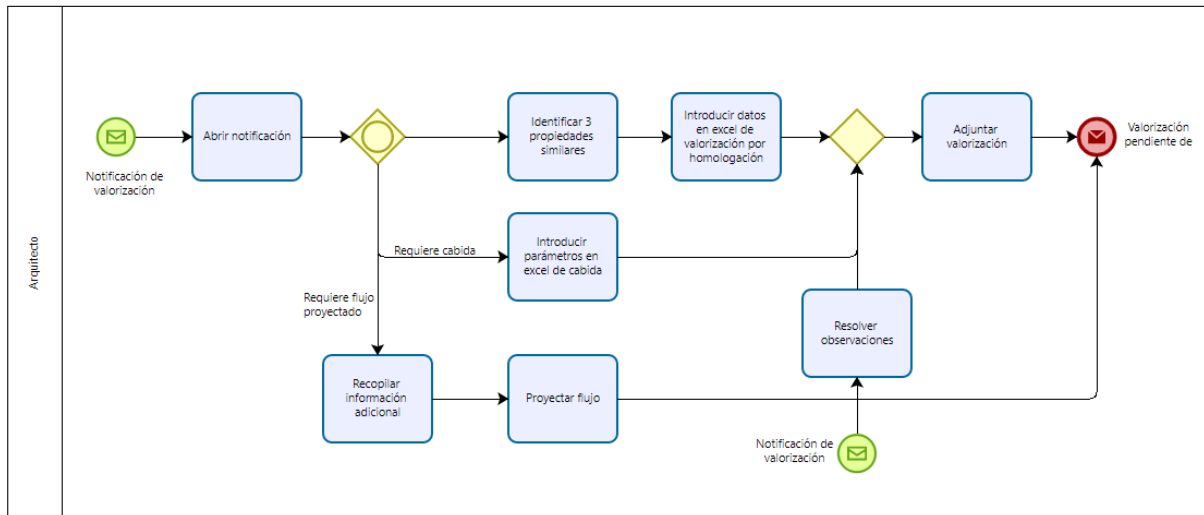


Nota. En la figura se presenta el proceso de captación utilizando el programa BIZAGI para el modelado del proceso. Elaboración propia

Valorización (AS – IS)

La valorización antes las hacía el arquitecto, la cual recibía una notificación del sistema y resolvía la valorización pendiente. Esto demoraba demasiado los tiempos de hacer una valorización, ya que solo era un arquitecto no podía ver mas de 20 valorizaciones a la semana.

Figura 8
Diagrama BPMN del proceso de Valorización (AS-IS)

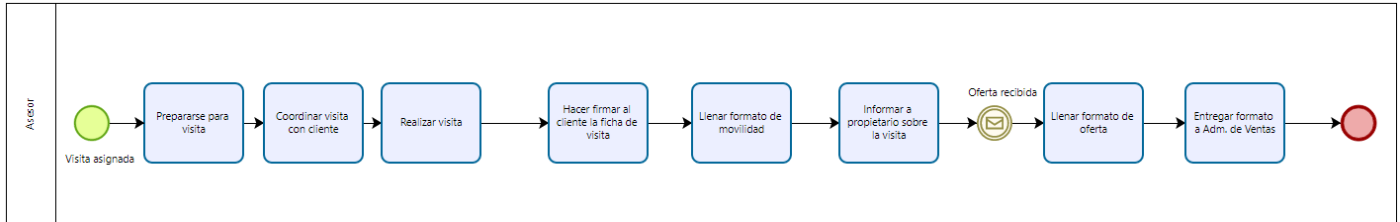


Nota. En la figura se presenta el proceso de valorización utilizando el programa BIZAGI para el modelado del proceso. Elaboración propia.

Venta (AS – IS)

Figura 9

Diagrama BPMN del proceso de Venta (AS-IS)



Nota. En la figura se presenta el proceso de valorización utilizando el programa

BIZAGI para el modelado del proceso. Elaboración propia.

3.4.2. Objetivos del proyecto

- Objetivo general:

Mejorar la gestión de procesos en el área de ventas de MAK Inmobiliaria para incrementar la productividad y eficiencia comercial.

- Objetivos específicos:
 - ❖ Analizar y documentar el proceso actual de captación y compra de inmuebles.
 - ❖ Diseñar flujos operativos claros, eficientes y escalables.
 - ❖ Implementar herramientas de valorización y seguimiento a través del CRM.
 - ❖ Establecer indicadores que midan la productividad del área comercial.

3.4.3. Estrategia General

El proyecto se estructuró en cuatro etapas consecutivas:

1. Diagnóstico del proceso actual (AS-IS).
2. Propuesta de rediseño del proceso (TO-BE).
3. Implementación progresiva en el área de ventas.
4. Evaluación de resultados e indicadores de mejora.

3.4.4. Metodología Utilizada

Se empleó la metodología de Gestión por Procesos (BPM), utilizando modelado de procesos con BPMN. Esta metodología permitió visualizar los pasos involucrados en las operaciones comerciales, identificar cuellos de botella y diseñar soluciones efectivas.

3.4.5. Modelos y herramientas

Tabla 1

Modelos y Herramientas Utilizadas para la Mejora de Proceso

Herramienta / Modelo	Función en el Proyecto
Bizagi Modeler (BPMN)	Modelado detallado de procesos AS-IS y TO-BE.
Mannual de Valorización MAK	Estandarización de la valoración por comparativo
CRM (Salesforce)	Configuración de fases de embudo, tableros Kanban y reportes automáticos.

zad

o)

Exc Control de cartera depurada y cálculos de indicadores semanales.

el

Ava

nza

do

Scri Guiones para Callcenter y WhatsApp

pt

de

aten

ció

n y

seg

uim

ient

o

Nota. En la tabla se puede observar las herramientas utilizadas y la función de la misma en la empresa. Fuente: Elaboración propia

Un ejemplo de la estandarización en cada proceso es en la siguiente imagen, donde podemos observar que ahora las propiedades se pueden diferenciar por tipo de propiedad donde:

- Vivienda – Valorización por Homologación
- Local Comercial – Valorización por flujos
- Terreno para construcción - Valorización por corrida financiera

Figura 10
Tipos de inmuebles



Nota. En la figura se muestra el tipo de inmueble y el tipo de valorización que se hará por cada uno. Fuente: Elaboración propia.

3.4.6. Desarrollo por áreas clave del proceso

A continuación, se describe detalladamente la implementación de mejoras realizadas en tres subprocesos fundamentales del área comercial de MAK Inmobiliaria: captación, valorización y venta. Cada una de estas fases fue intervenida mediante el análisis de procesos actuales (AS-IS), rediseño y aplicación de procesos optimizados (TO-BE), con herramientas específicas y criterios de eficiencia.

Tabla 2

Procesos, problemas y acciones de mejora

Proceso	Problemas Identificados	Acciones de mejora	Herramientas utilizadas
Captación	Captación sin filtro, mala documentación	Checklist obligatorios, flujos estandarizados, revisión semanal del portafolio	BPMN, checklist, CRM, guías de captación
Valorización	Valorizaciones subjetivas, sin metodología	Usos obligatorios de una valorización (por homologación, flujos y corrida financiera)	Manual de valorización MAK, Excel de valorizaciones, capacitaciones semanales
Venta	Falta de seguimiento a compradores, visitas desorganizadas, comunicación débil	Plantillas de visita, mejora en atención por fases	BPMN, CRM, guiones de visita y seguimiento

Nota. Esta tabla muestra los procesos más importantes del área de ventas, los problemas identificados y las acciones de mejora. Fuente: Elaboración propia

3.4.6.1. Mejora del proceso de Captación

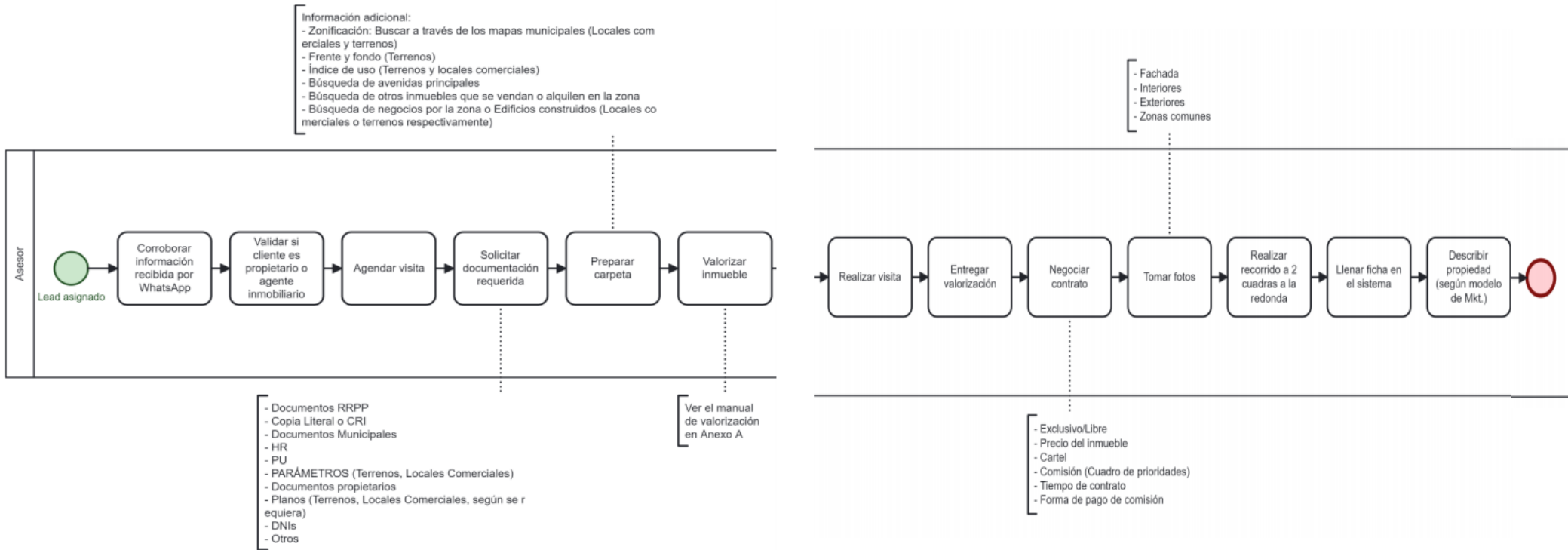
La captación era uno de los procesos más críticos y afectados. Se caracterizaba por la urgencia de cumplir cuotas mínimas (cuatro propiedades por mes), lo que generaba la entrada de propiedades poco atractivas (“hueso”) y con problemas de documentación o precio.

Mejoras aplicadas:

- Implementación de un flujo estandarizado (TO-BE) basado en el manual interno.
- Diseño de checklist obligatorio por tipo de inmueble (departamento, local, terreno).
- Validación previa de documentación antes de ingresar al CRM.
- Capacitación al equipo en los pasos de captación con flujogramas y roles definidos.
- Reuniones semanales de revisión de nuevas propiedades ingresadas.

Proceso de Captación en BPM (TO – BE)

Figura 11
Diagrama BPMN del proceso de Captación (TO-BE)



Nota. En la figura se presenta el diagrama hecho en BIZAGI de todo el proceso de captación actualizado en MAK INMOBILIARIA. Fuente:

Elaboración propia.

Pasos a Seguir y mejoras aplicadas en cada proceso – Captación

Tabla 3

Pasos 1 - 5 y mejoras aplicadas en el proceso de Captación



PASOS A SEGUIR	CALLCENTER																																						
PASO 1: Ingreso del Lead	<p>SPEECH DE BIENVENIDA: “...Buenos días, MAK INMOBILIARIA, mi nombre es ..., ¿En que puedo ayudarle? (EN CASO EL CLIENTE SEA REFERIDO, OBIAMOS ESTE PASO)</p>																																						
PASO 2: Ingreso del cliente al sistema	<p>Solicitud de información de cliente: Persona Natural: (Nombre, DNI, Teléfono) Persona Jurídica: (Nombre de la Empresa, RUC, Nombre del contacto, Teléfono)</p> <p>Solicitud de información del Inmueble: Tipo de inmueble, Ubicación, Dirección, Metraje, Precio.</p>																																						
PASO 3: Asignación	<p>Consideraciones para asignar:</p> <ul style="list-style-type: none"> Según cuadro de asignaciones <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">RESIDENCIAL</th> <th colspan="2">LOCAL COMERCIAL</th> <th colspan="2">OFICINAS</th> <th>INDUSTRIAL</th> <th colspan="4">CORPORATIVO</th> </tr> <tr> <th>Otros</th> <th>Lima Moderna</th> <th>Lima Top</th> <th>Otros</th> <th>Corpo</th> <th>Otros</th> <th>Prime</th> <th>Op. 1</th> <th>TOP</th> <th>Oficinas y locales</th> <th>Fondos de inversión</th> <th>Estado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ASESOR</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> Límite de leads POR CAPTAR: 8 Preferentemente personas en Oficinas Se asigna por sistema y por WhatsApp se envía la información 		RESIDENCIAL			LOCAL COMERCIAL		OFICINAS		INDUSTRIAL	CORPORATIVO				Otros	Lima Moderna	Lima Top	Otros	Corpo	Otros	Prime	Op. 1	TOP	Oficinas y locales	Fondos de inversión	Estado	ASESOR	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	RESIDENCIAL			LOCAL COMERCIAL		OFICINAS		INDUSTRIAL	CORPORATIVO																														
	Otros	Lima Moderna	Lima Top	Otros	Corpo	Otros	Prime	Op. 1	TOP	Oficinas y locales	Fondos de inversión	Estado																											
ASESOR	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x																											
PASO 4: Recepción Asesor de ventas	<p>RECEPCIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> Corroborar y valida la información Valida si el cliente es Propietario o Agente inmobiliario 																																						
PASO 5: Solicitud de cita	<p>Solicitud de Cita:</p> <ul style="list-style-type: none"> Genera fecha y hora de la visita Solicita la documentación requerida (Según tipo de inmueble): <p><u>Documentos RRPP</u> Copia Literal o CRI <u>Documentos Municipales</u> HR PU PARÁMETROS (Terrenos, Locales Comerciales) <u>Documentos propietario</u> Planos (Terrenos, Locales Comerciales, según se requiera) DNI's Otros</p>																																						

Nota. La tabla detalla los pasos a seguir desde que ingresa el Lead hasta la solicitud de la cita

en MAK INMOBILIARIA. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4

Pasos 6 - 13 y mejoras aplicadas en el proceso de Captación

<p>PASO 6: Preparación de carpeta e información</p>	<p>INFORMACIÓN ADICIONAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Zonificación: Buscar a través de los mapas municipales (<i>Locales comerciales y terrenos</i>) Frente y fondo (<i>Terrenos</i>) Índice de uso (<i>Terrenos y locales comerciales</i>) Búsqueda de avenidas principales Búsqueda de otros inmuebles que se vendan o alquilen en la zona Búsqueda de negocios por la zona o Edificios construidos (<i>Locales comerciales o terrenos respectivamente</i>) 			
<p>PASO 7: Valorización</p>	<p>INFORMACIÓN ADICIONAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Valorización por comparativos por m2 (Homologación): <i>Departamentos, casas, terrenos para viviendas, locales comerciales, oficinas.</i> Valorización Por Flujos: Locales comerciales con flujo Valorización por corrida financiera (Cálculo Residual): <i>Terrenos y casas para constructoras</i> <p>Los modelos de presentación para V. por Flujos y V. por corrida los hace el área de Marketing. En el caso de V. por comparativo se hace a través del modelo hecho en Canvas</p> <p>Las valorizaciones tienen que ser revisadas y firmadas por su jefe de ventas</p>			
<p>PASO 8: Visita</p>	<p>Acciones de la visita:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entrega de la valorización Negociación <p><i>Exclusivo/Libre</i> <i>Precio del inmueble</i> <i>Cartel</i> <i>Comisión (Cuadro de prioridades)</i> <i>Tiempo de contrato</i> <i>Forma de pago de comisión</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Firma de contrato Fotos Asesor <p><i>Fachada</i> <i>Interiores</i> <i>Exteriores</i> <i>Zonas comunes (Zonas de parrillas, ascensores, escaleras, ingreso, otros)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Recorrido <p><i>Recorrido por la zona de carteles a 2 cuadras a la redonda</i></p> <p>TODAS LAS EXCEPCIONES TIENEN QUE SER VALIDADAS POR ISAAC ACKERMAN</p>			
<p>PASO 9: Carpeta</p>	<p>Acciones adicionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Llenado de ficha en el sistema Descripción (Según modelo de marketing) Ingreso fotos al Drive Entrega de Carpeta a ADM VTAS Visita Ficticia (dentro de los 1eros 10 días) 	<ul style="list-style-type: none"> SUBIDA EXPRESS (Comunicación a través de ADM VTAS) 		
PASOS A SEGUIR	ADM VTAS	MARKETING	LEGAL	COMERCIAL (Asesor y J.V)
<p>PASO 10:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Enviar pedido a MKT de ingreso Revisar Documentación con checklist, vistos y validaciones, fotos ingresadas al drive. Convocar a la reunión de captación <p>(De no estar completo la documentación, Administración ventas enviará un correo al asesor con copia a su jefe indicándole las observaciones a subsanar en un plazo de 7 días o lo que se acuerde)</p>	<p>Subir el inmueble a la plataforma de MAK</p>		
<p>PASO 11:</p>	<p>Reunión de Validación de: Revisión de descripción, Revisión de fotos, Revisión de datos ingresados, Revisión de mapa, Plan de gestión comercial y marketing</p>			
<p>PASO 12:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Enviar a realizar el estudio de títulos (E.T) a legal Revisar después de 3 días las acciones que hayan realizados las acciones propuestas en la reunión 		<ul style="list-style-type: none"> Realizar E.T Enviar a Asesor correo con el E.T Dar el E.T a Adm Vtas 	<ul style="list-style-type: none"> Asesor se comunica con cliente para revisar E.T y enviar la cotización.
<p>PASO 13:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Archivar carpeta Convocar a la reunión del lunes y presentación de las captaciones de la semana 			<ul style="list-style-type: none"> Comunicar a legal la intención del propietario de levantar las observaciones con MAK

Nota. La tabla detalla los pasos a seguir desde que se prepara la carpeta, se valoriza,

se genera una visita y hay un reporte del área legal. Fuente: Elaboración propia

3.4.6.2. Mejora del proceso de Valorización

Antes del proyecto, la valorización de propiedades era inconsistente. Lo que se hacía normalmente es darle al arquitecto los documentos del cliente para que haga la valorización otros asesores usaban referencias subjetivas o valoraban por intuición, lo cual desmotivaba a propietarios al momento de negociar.

Mejoras aplicadas:

- Uso obligatorio del manual de valorización MAK (homologación, flujos, corrida).
- Aplicación de un archivo Excel con metodología uniforme para todos los asesores.
- Asesoramiento técnico para elegir el mejor método de valorización según el inmueble.
- Establecimiento de dos valores obligatorios: valor de cierre y valor de negociación.
- Incorporación de gráficos comparativos para presentar al propietario.

A continuación, detallaremos los 3 métodos que utilizarán los asesores para valorizar la propiedad

1. Valorización por Homologación

Este método es el más utilizado para viviendas (casas, departamentos), terrenos y locales comerciales que se desean vender o alquilar por un periodo corto (menos de cinco años).

El análisis se basa en la comparación de propiedades similares en la misma zona o distrito, considerando factores como metraje, antigüedad, estado de conservación y equipamiento. A partir de esta comparación, se obtienen tres referencias de valor:

- **Valorización propietaria:** es el valor más bajo dentro de las propiedades comparadas. Se utiliza como estrategia comercial para presentar un precio competitivo y

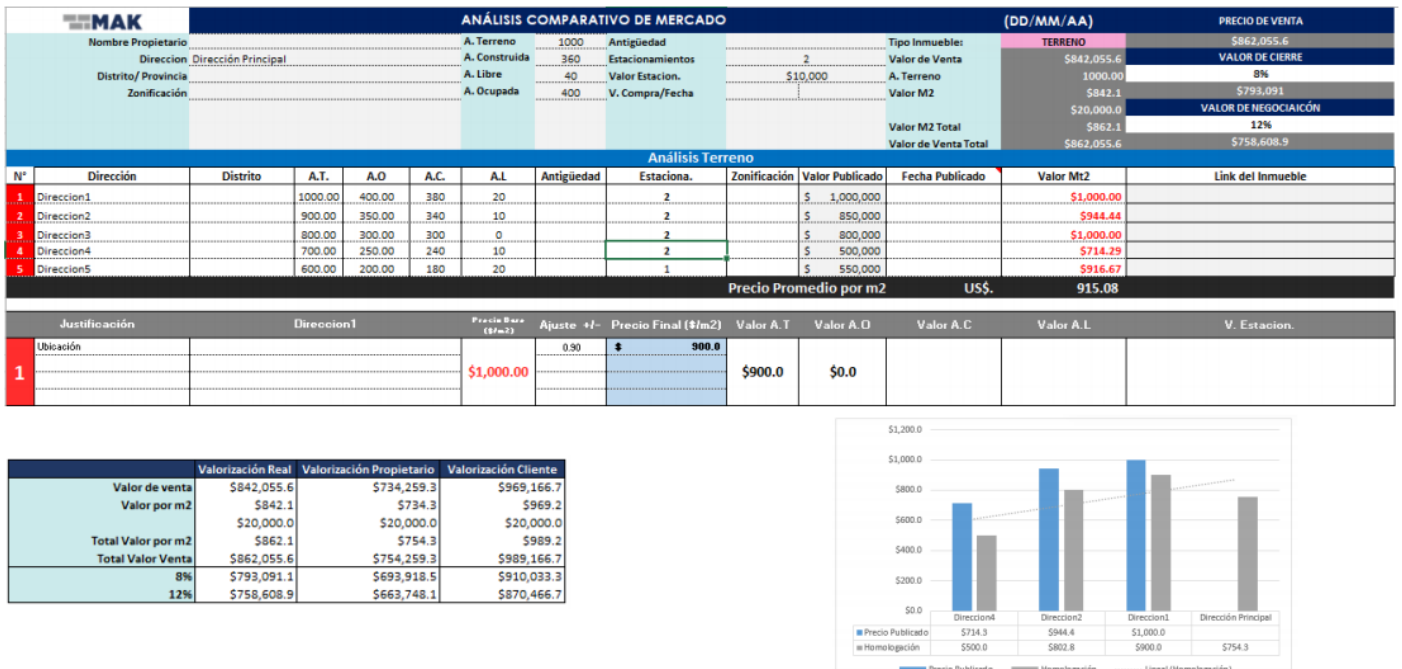
generar mayor interés del mercado, especialmente durante las primeras semanas de publicación.

- **Valorización real:** corresponde al valor promedio obtenido del análisis de las propiedades similares. Es el valor de referencia más objetivo.

- **Valorización cliente:** es el valor más alto de la comparativa. Suele usarse como margen de negociación con compradores interesados.

Una vez completado el análisis, se elabora un documento en PDF que se entrega al propietario. Este informe incluye imágenes de la propiedad, su ubicación, las referencias comparadas y la valorización recomendada para ingresar al mercado.

Figura 12
Valorización por Homologación y el análisis comparativo del mercado



Nota. La figura detalla cómo es una valorización por homologación y el análisis comparativo de una propiedad. Fuente: Elaboración propia.

2. Valorización por Flujo

Este tipo de valorización se aplica principalmente en el caso de locales comerciales destinados a alquiler por un período de cinco años o más. El análisis se centra en calcular cuánto tiempo tomaría recuperar la inversión si un comprador adquiere la propiedad con la intención de arrendarla.

El flujo proyectado de ingresos por alquiler se compara contra el precio de venta, y se estima el número de años necesarios para alcanzar el retorno de la inversión (ROI). Por ejemplo, si una propiedad genera ingresos anuales de \$20,000 y se ofrece a \$180,000, el inversor recuperaría su inversión en aproximadamente 9 años.

Esta valorización resulta especialmente útil para compradores con perfil inversor, ya que les permite evaluar la rentabilidad del inmueble a mediano y largo plazo.

Figura 13
Valorización por Flujo

INGRESOS MESUALES							EGRESOS			VENTA	
Año	Inmueble	Est. Y Depósito	Anual	Residual	Mensual	Anual	Capitalización	16.3% CAP RATE (Tasa de rendimiento)	10.00%	Costo de Construcción	\$457,268.0
Año 1	\$13,364	\$0	\$160,373			\$0	\$145,793.45	Incremento anual	0%	Precio del Inmueble	\$500,000.0
Año 2	\$13,364		\$160,373			\$0	\$132,539.50	Área del terreno	2500	Comisión MAK	\$25,000.0
Año 3	\$13,364		\$160,373			\$0	\$120,490.46	# Estacionamientos			
Año 4	\$13,364		\$160,373			\$0	\$109,536.78	# Depósitos			
Año 5	\$13,364		\$160,373			\$0	\$99,578.89				
Año 6	\$13,364		\$160,373			\$0	\$90,526.26				
Año 7	\$13,364		\$160,373			\$0	\$82,296.60	Precio de venta Inmueble	\$982,268	Valor m2:	\$200.00
Año 8	\$13,364		\$160,373			\$0	\$74,815.09	Total Capitalización	\$985,421.43		
Año 9	\$13,364		\$160,373			\$0	\$68,013.72		\$3,153		
Año 10	\$13,364		\$160,373			\$0	\$61,830.66	INGRESO OPERATIVO NETO (NOI)			
Año 11			\$0			\$0	\$0.00	INGRESOS - EGRESOS			
Año 12			\$0			\$0	\$0.00				
			\$1,603,728	\$0		\$0.00	\$985,421.43		\$1,603,728.00		

Nota. La tabla detalla la valorización por flujo, los ingresos mensuales, la tasa de rendimiento y el precio del valor de alquiler para que el inversor tenga una ganancia. Fuente: Elaboración propia.

3. Valorización por Corrida Financiera (Calculo Residual)

Esta modalidad de valorización se reserva exclusivamente para proyectos inmobiliarios. Se utiliza cuando un inversionista desea comprar un terreno para desarrollar un proyecto, como un edificio de departamentos.

El cálculo considera los costos de construcción, el valor de venta proyectado de las unidades terminadas, los márgenes de utilidad esperados, y a partir de ello se estima el valor máximo que debería pagarse por el terreno. Es un análisis financiero complejo, pero necesario para validar la viabilidad económica de un proyecto antes de su ejecución.

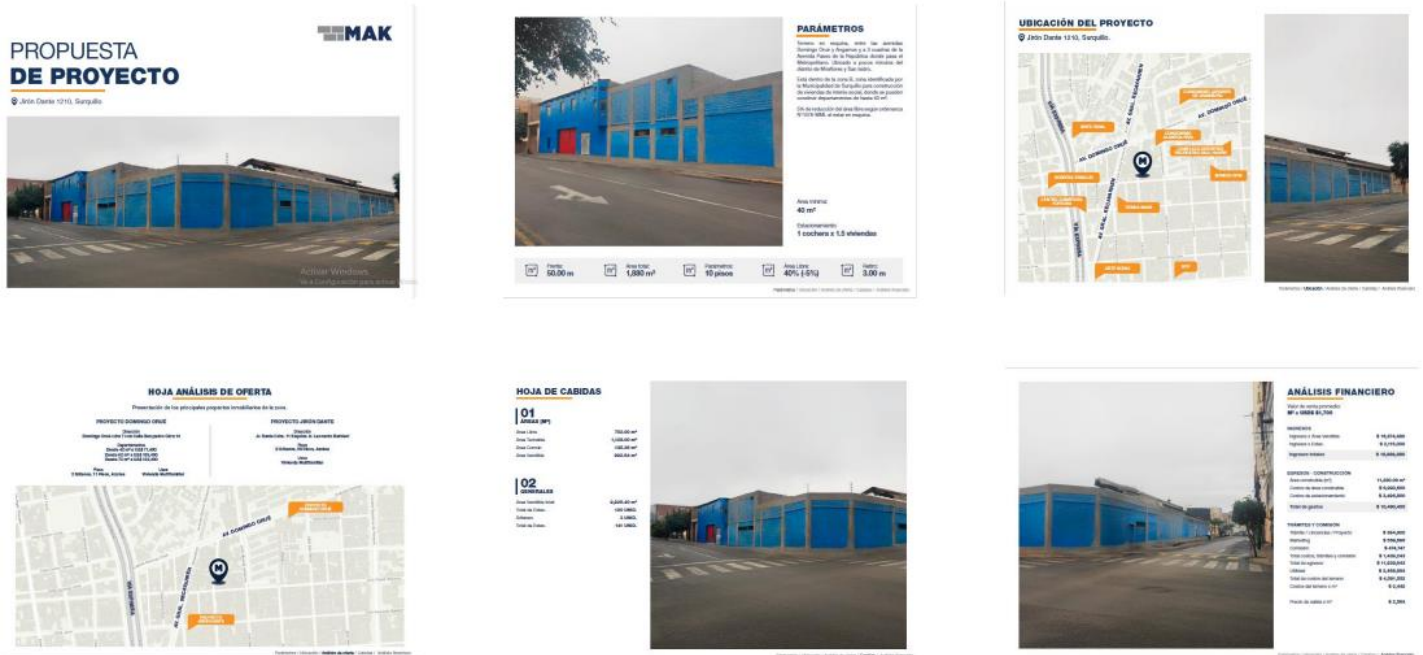
Figura 14
Valorización Residual

ÁREA DEL TERRENO			ÁREA LIBRE			EGRESOS		
ÁREA LIBRE	m2	578.39	ÁREA TECHABLE	231.36	M2	CONSTRUCCIÓN		
TOTAL PISOS	%	40.0%	ÁREA COMÚN	347.03	M2	ÁREA CONSTRUIBLE (M2)	1,388.14	
ÁREA COMUN	Unit	4	ÁREA VENDIBLE	41.64	M2	COSTO ÁREA CONSTRUIBLE	\$763,475	
ESTACIONAMIENTOS X PISO	%	12%	ÁREA VENDIBLE TOTAL	305.39	M2	COSTO ÁREA DE ESTACIONAMIENTO	\$636,229	
ÁREA X ESTACIONAMIENTO	Unit	6	TOTAL ESTAC.	1221.56	M2	TOTAL COSTO DE CONSTRUCCIÓN	\$1,399,704	
DEPARTAMENTOS X PISO	m2	40	SÓTANOS	24	UNIDAD	TRÁMITES Y COMISIÓN		
VALOR DE VENTA DEPARTAMENTOS	unit	2	TOTAL ESTAC. VENDIBLES	2	UNIDAD	TRAMITE/LICENCIAS/MUNI	\$55,525	
VALOR DE VENTA ESTACIONAMIENTO	\$ x m2	\$2,200	INGRESOS			MARKETING	\$155,372	
COSTO CONSTRUCCIÓN	Unit	\$15,000	INGRESOS X ÁREA VENDIBLE	\$2,687,431	\$	COMISIÓN	\$124,297	\$40 Del área construida
COSTO CONSTRUCCIÓN SOTANO	\$ x m2	\$550	INGRESOS X ESTAC.	\$420,000	\$	TOTAL COSTOS TRÁMITES Y COMISIÓN	\$335,194	5% Del total de ingresos
UTILIDAD NETA	\$ x unit	\$550	TOTAL INGRESOS	\$3,107,431	\$	TOTAL EGRESOS	\$1,734,898	4% Del total de ingresos
	%	14.0%				UTILIDAD	\$435,040	
						I.R	\$176,159	
TIPO	ÁREA	#	ESTAC. X DEP.	TOTAL ESTAC.	DIF	TOTAL DEL COSTO DEL TERRENO	\$777,403	
	150	0	2	0		COSTO DEL TERRENO X M2	\$1,344	
	120	1	2	2	95			
	90	1	2	2				
	210	2	6	4				

Nota. La tabla detalla la valorización por calculo residual de una propiedad. Fuente:

Elaboración propia.

Figura 15
Propuesta de Proyecto



Nota. La figura detalla la propuesta de proyecto que se muestra al cliente después de haber hecho el cálculo residual. Fuente: Elaboración propia

3.4.6.3. Mejora del proceso de Venta

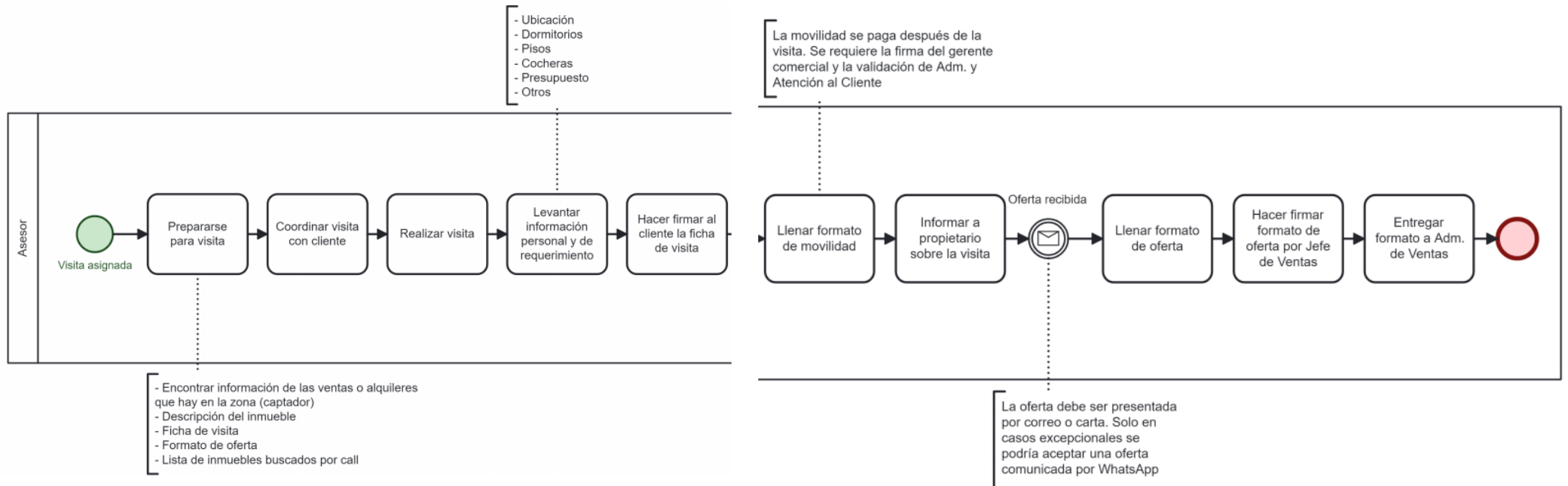
El proceso de venta presentaba desorden, especialmente en la atención a clientes compradores. No existía una trazabilidad clara, los seguimientos eran informales y muchas veces se perdía el contacto después de la visita.

Mejoras aplicadas

- Diseño y aplicación de un flujo TO-BE desde la atención inicial hasta el cierre de venta.
- Estandarización del formato de visita, formato de oferta y hoja de movilidad.
- Coordinación directa entre asesor, administración, legal y contabilidad con pasos definidos.
- Activación de recordatorios automáticos en CRM para seguimiento post-visita

Proceso de Venta en BPM (TO – BE)

Figura 16
Diagrama BPMN del proceso de Venta (TO-BE)



Nota. En la figura se presenta el diagrama hecho en BIZAGI de todo el proceso de venta actualizado en MAK

INMOBILIARIA. Fuente: Elaboración propia.

Pasos a Seguir y mejoras aplicadas en cada área - Venta

Figura 17

Pasos 1 - 5 y mejoras aplicadas en el proceso de Venta

PASOS A SEGUIR	CALLCENTER	REQUERIMIENTOS																										
PASO 1: Ingreso del Lead	SPEECH DE BIENVENIDA: “...Buenos días, MAK INMOBILIARIA, mi nombre es ..., ¿En que puedo ayudarle? (EN CASO EL CLIENTE SEA REFERIDO, OBIAMOS ESTE PASO)																											
PASO 2: Ingreso del cliente al sistema	Solicitud de información de cliente: Persona Natural: (Nombre, DNI, Teléfono) Persona Jurídica: (Nombre de la Empresa, RUC, Nombre del contacto, Teléfono) Solicitud de información sobre su Requerimiento: (Solicitud o Requerimiento). <i>Ubicación, Dormitorios, Pisos, Cocheras, Presupuesto, otros</i>																											
PASO 3: Búsqueda	Consideraciones para asignar: • Búsqueda por urbanía, ADV, MAK, Plataformas digitales,																											
Paso 4: Asignaciones	<ul style="list-style-type: none"> Según cuadro de asignaciones <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">RESIDENCIAL</th> <th colspan="2">LOCAL COMERCIAL</th> <th colspan="2">OFICINAS</th> <th>INDUSTRIAL</th> </tr> <tr> <th>Otros</th> <th>Lima Moderna</th> <th>Lima Top</th> <th>Otros</th> <th>Corpo</th> <th>Otros</th> <th>Prime</th> <th>Op. 1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ASESOR</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> <td>x</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> Preferentemente personas en Oficinas o captador Se asigna VISITA por sistema y por WhatsApp se envía la información 		RESIDENCIAL			LOCAL COMERCIAL		OFICINAS		INDUSTRIAL	Otros	Lima Moderna	Lima Top	Otros	Corpo	Otros	Prime	Op. 1	ASESOR	x	x	x	x	x	x	x	x	Recorrido, Grupos de WhatsApp, HOL, Aliados, Inmobiliarias, Constructoras, Retail
	RESIDENCIAL			LOCAL COMERCIAL		OFICINAS		INDUSTRIAL																				
	Otros	Lima Moderna	Lima Top	Otros	Corpo	Otros	Prime	Op. 1																				
ASESOR	x	x	x	x	x	x	x	x																				
PASO 5: Visita	<p>Preparación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Encontrar información de las ventas o alquileres que hay en la zona (Captador) Descripción del inmueble Ficha de visita Formato de oferta Lista de inmuebles buscados por call Coordinación con propietario para la visita Llenado de formato de MOVILIDAD <p>La movilidad se paga después de la visita, firmado por el gerente comercial y Validado por Adm y Atención al cliente)</p> <p>Visita:</p> <ul style="list-style-type: none"> Formato de oferta Cliente Firma ficha de visita Levantamiento de información personal y de requerimiento <i>Ubicación, Dormitorios, Pisos, Cocheras, Presupuesto, otros</i>	<i>En todo este proceso, CALL CENTER seguirá su comunicación con el cliente enviándole requerimiento previa coordinación con el asesor.</i>																										
DESPUES DE CADA VISITA DE COMPRA MAK HARÁ UNA LLAMADA INFORMANDOLE AL PROPIETARIO SOBRE DICHA ACCIÓN																												

Nota. La tabla detalla los pasos a seguir desde que ingresa el Lead hasta la solicitud de la visita donde se hará una oferta por la propiedad en MAK INMOBILIARIA. Fuente: Elaboración propia.

3.5. Consideraciones éticas

Durante el desarrollo del presente proyecto profesional en MAK Inmobiliaria, se aplicaron principios éticos fundamentales para garantizar un proceso responsable, respetuoso y transparente. En primer lugar, se mantuvo la confidencialidad de toda la información interna revisada, incluyendo reportes comerciales, procesos operativos, bases de datos y archivos compartidos por la empresa, los cuales fueron utilizados únicamente con fines de diagnóstico y mejora.

Asimismo, todas las personas involucradas participaron de forma voluntaria en entrevistas, reuniones y sesiones de validación, sin afectar sus funciones laborales ni exponer sus datos personales. La mejora de procesos se diseñó respetando los principios de justicia, equidad y mejora continua, evitando cualquier medida que pudiera afectar negativamente a algún colaborador. Por el contrario, se buscó fortalecer el clima organizacional y la cultura de eficiencia, promoviendo la participación activa del equipo y el trabajo en conjunto.

Finalmente, se procuró actuar con integridad profesional, respetando las normas internas de la organización, las buenas prácticas en la gestión empresarial y los lineamientos éticos propios del ejercicio de la Ingeniería Empresarial.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Al finalizar la implementación de la mejora de procesos en el área comercial de MAK Inmobiliaria, se obtuvieron resultados significativos que impactaron directamente en la productividad del equipo de ventas. El proyecto tuvo como objetivo central optimizar los procesos de captación, valorización y gestión de clientes compradores, mediante la estandarización de flujos de trabajo, el uso adecuado de herramientas (como el CRM) y la aplicación de metodologías formales para la valoración de inmuebles.

Uno de los principales logros fue la formalización de los procedimientos internos, lo que permitió tener mayor trazabilidad de cada cliente y propiedad, reducir errores y tiempos muertos, y mejorar la calidad de la información utilizada por los asesores. Además, se logró profesionalizar la presentación de valorizaciones a los propietarios, utilizando criterios técnicos y argumentos sólidos basados en comparativos de mercado, flujos de caja o análisis residual, según el tipo de inmueble.

En el proceso de seguimiento a leads y compradores, el rediseño del CRM y la implementación de fases específicas dentro del embudo de ventas facilitaron el control del proceso comercial, permitiendo detectar puntos críticos de manera oportuna y actuar de forma más estratégica.

Los resultados obtenidos se reflejan tanto en indicadores cuantitativos (como el aumento en la tasa de conversión, la mejora en los tiempos de respuesta y el incremento en propiedades captadas válidas) como en aspectos cualitativos, como una mejor organización del equipo, mayor motivación del personal y una percepción más profesional por parte de los clientes.

A continuación, se detallan los principales resultados alcanzados gracias a la implementación del proyecto de mejora, tanto a nivel técnico como humano.

4.1. Comparación entre el proceso anterior (AS-IS) y el proceso mejorado (TO-BE)

Luego de realizar el diagnóstico de los procesos comerciales en MAK Inmobiliaria, se procedió a rediseñar los flujos de trabajo más críticos del área de ventas: captación, valorización y atención al cliente comprador. El objetivo fue corregir las ineficiencias que impactaban negativamente en la productividad del equipo, especialmente aquellas relacionadas con propiedades mal captadas, valorizaciones inexactas y seguimiento irregular a los leads ingresados.

En la siguiente tabla se presenta una comparación entre el estado inicial de los procesos (AS-IS) y el estado posterior a la implementación del proyecto de mejora (TO-BE), destacando los cambios clave aplicados:

Tabla 5
Comparación entre el proceso comercial (AS-IS) y el proceso mejorado (TO-BE)

Proceso	Estado anterior (AS-IS)	Estado posterior (TO-BE)	Resultado esperado
Captación	Captaciones sin filtro. Ingreso por presión de metas. Documentación incompleta.	Proceso estandarizado con checklist obligatorio y revisión semanal.	Mejora en la calidad del portafolio de propiedades
Valorización	Valorización sin metodología común	Aplicación de tres métodos técnicos según tipo de propiedad.	Valorizaciones objetivas, rápidas y fundamentadas para los propietarios
Seguimiento CRM	CRM desorganizado, sin fases, ni alertas	Embudo comercial por fases, alertas automáticas y tableros de control.	Mayor trazabilidad y eficiencia en el ciclo de ventas.
Comunicación interna	Desconexión entre las áreas	Coordinación fluida con flujos definidos y formatos de trabajo comunes.	Reducción de errores y retrasos en cierres de venta.

Nota. Elaboración propia a partir del análisis de procesos en MAK INMOBILIARIA

4.2. Resultados cuantitativos por subproceso

A partir de la implementación de los procesos rediseñados, se realizó un seguimiento de indicadores claves que permiten evaluar el impacto en la productividad del área comercial. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de forma cuantitativa, divididos por cada uno de los procesos intervenidos: captación, valorización y venta.

4.2.1. Resultados del proceso de captación

El proceso de captación mostró mejoras importantes, especialmente en la calidad de las propiedades ingresadas y en el orden operativo. La aplicación de filtros y checklist permitió reducir propiedades mal captadas y aumentar el número de inmuebles listos para ser publicados y comercializados.

Tabla 6
Indicadores del proceso de captación antes y después del proyecto

Indicador	Antes del Proyecto	Después del proyecto	Variación (%)
Propiedades captadas por asesor mensualmente	2	4	50%
Porcentaje de propiedades eliminadas en el portafolio total	42%	15%	64%
Tiempo promedio de revisión por propiedad	5-7 días	2-3 días	60%
Captaciones observadas por errores en el CRM	18%	5%	72%

Nota. La tabla detalla el proceso de captación antes y después del proyecto, cuanto mejora en cada indicador y su variación en la empresa MAK INMOBILIARIA.

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Resultados en el proceso de valorización

La estandarización de los métodos de valorización y la implementación de plantillas para cada tipo de inmueble permitieron mejorar la precisión en el precio de venta, lo cual ayudó a negociar precios más realistas con los propietarios y facilitar el cierre de ventas.

Tabla 7
Indicadores del proceso de ventas antes y después del proyecto

Indicador	Antes del proyecto	Después del proyecto	Variación
Valoración con los diferentes métodos (homologación, etc.)	20%	100%	400%
Propiedades con un menor precio de salida	38%	12%	68%
Tiempo promedio de elaboración de la valorización	6 días	2 días	50%
Aceptación del valor sugerido por parte del propietario	47%	75%	59.5%

Nota. La tabla detalla el proceso de valorización antes y después del proyecto, cuanto mejora en cada indicador y su variación en la empresa MAK INMOBILIARIA. Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. Resultados en el proceso de ventas

Finalmente, el proceso de atención al cliente comprador también mostró mejoras. La implementación del CRM por fases, el uso de plantillas de seguimiento y la depuración del portafolio permitieron reducir tiempos de cierre y mejorar la tasa de conversión de leads.

Tabla 8
Indicadores del proceso de ventas antes y después del proyecto

Indicador	Antes del proyecto	Después del proyecto	Variación (%)
Tasa de conversión de leads en ventas	8%	15%	87.5%
Tiempo promedio de respuesta al cliente	48 horas	12 horas	75%
Tiempo promedio de cierre de venta	90 días	45 días	50%
Número de visitas necesarias por cliente para ofertar	4 visitas	2 visitas	50%

Nota. La tabla detalla los datos estimados a partir del seguimiento de leads y cierre de ventas durante el primer trimestre posterior a la implementación. MAK INMOBILIARIA.

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Análisis de los resultados

Además de los cambios medibles en indicadores de productividad, la implementación del proyecto generó una transformación positiva en la dinámica de trabajo del área comercial de MAK Inmobiliaria. Estos resultados cualitativos se evidenciaron tanto en la organización interna como en la percepción del equipo sobre los nuevos procesos.

Uno de los cambios más notables fue la mayor claridad que ahora tienen los asesores respecto al flujo de trabajo. Con la incorporación de plantillas, checklist y un CRM estructurado por fases, se logró ordenar las tareas comerciales, reducir la improvisación y permitir una mejor trazabilidad de cada oportunidad.

Durante la implementación del nuevo proceso de captación, al principio se identificó cierta resistencia por parte de algunos asesores, especialmente frente a la obligatoriedad de validar documentación o aplicar métodos técnicos de valorización. Sin embargo, luego de recibir la capacitación adecuada y observar los beneficios prácticos (por ejemplo, menos objeciones de clientes y mayor rapidez en publicación en los portales inmobiliarios y redes sociales), la mayoría se adaptó de forma positiva.

En las reuniones semanales, también se pudo notar un cambio en la participación del equipo. Antes, muchos asesores mostraban apatía o evitaban exponer sus avances. Tras la mejora, comenzaron a presentar sus captaciones con mayor seguridad y a utilizar los datos de valorización para sustentar su trabajo, lo cual fortaleció el compromiso del área.

Otro aspecto importante fue el fortalecimiento de la coordinación entre áreas. La implementación del nuevo flujo facilitó la comunicación entre los asesores, administración y legal, especialmente al momento de revisar documentos o formalizar contratos de captación esto redujo errores comunes y tiempos de espera innecesarios.

En general, la mejora en los procesos no solo trajo orden a la dirección comercial del área, sino que también generó una cultura más orientada a la mejora continua, al uso de herramientas tecnológicas y al cumplimiento de estándares operativos. La experiencia permitió comprobar que los procesos no son solo diagramas, sino guías que ayudan a las personas a trabajar mejor, con más claridad y eficiencia.

En conclusión, los resultados obtenidos tanto a nivel cuantitativo como cualitativo reflejan una mejora significativa en la gestión de procesos comerciales en MAK Inmobiliaria. La implementación del nuevo modelo de trabajo permitió profesionalizar las actividades del equipo, optimizar tiempos de respuesta y tomar decisiones más estratégicas basadas en datos reales. Además, el impacto positivo en la dinámica interna y en la relación con los clientes demuestra que una buena gestión de procesos no solo mejora los indicadores, sino que también aporta valor a la cultura organizacional.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones del proyecto, alineadas a los objetivos específicos propuestos, y vinculadas a las competencias profesionales aplicadas durante la experiencia laboral en MAK Inmobiliaria

5.1. Conclusiones

Primero: En relación con el primer objetivo específico, que consistió en documentar el proceso actual de captación y venta, se logró realizar un diagnóstico detallado del estado inicial (AS-IS) de los procesos clave del área comercial. Para ello, se aplicaron competencias en análisis de procesos, modelado BPMN y observación estructurada, lo cual permitió identificar ineficiencias, pasos duplicados y ausencia de controles. Esta documentación fue fundamental para proponer mejoras viables y contextualizadas.

Segundo: Con respecto al segundo objetivo, se calculó la productividad inicial del área de ventas utilizando indicadores clave como número de propiedades captadas válidas, tasa de conversión de leads y tiempos promedio de respuesta, estableciendo así una línea base que permitió identificar el nivel de eficiencia antes de implementar las mejoras.

Tercero: Se implementó una propuesta de mejora basada en herramientas de gestión por procesos como BPMN, diagramas causa-efecto, checklist operativos y el uso optimizado del CRM. Estas acciones permitieron establecer flujos de trabajo más eficientes, reducir errores operativos y generar un mayor control sobre la gestión comercial.

Cuarto: Finalmente, respecto al cuarto objetivo, Tras la implementación de la mejora, se realizó un nuevo cálculo de productividad, evidenciando un aumento significativo en los indicadores analizados. Se redujo el porcentaje de propiedades improductivas, se incrementó la tasa de conversión comercial y se optimizaron los tiempos de atención, validando así el impacto positivo de la mejora en los resultados del área de ventas.

5.2. Recomendaciones

A partir de las lecciones aprendidas durante el desarrollo del proyecto, se proponen las siguientes recomendaciones para fortalecer la sostenibilidad de la mejora implementada y potenciar su impacto en la organización:

1. Se recomienda a la empresa mantener una evaluación periódica de los procesos del área comercial, a través de indicadores de productividad actualizados, con el fin de identificar desviaciones, cuellos de botella y nuevas oportunidades de mejora.
2. Se sugiere establecer un sistema de revisión trimestral de procesos, a través de indicadores y retroalimentación del equipo, que permita identificar oportunidades de mejora y ajustar las herramientas implementadas.
3. Se sugiere continuar capacitando al equipo comercial en metodologías de valorización, técnicas de negociación, herramientas digitales y buenas prácticas en atención al cliente, con el fin de sostener la eficiencia alcanzada y adaptarse a los cambios del rubro inmobiliario.
4. Se recomienda ampliar el enfoque de mejora por procesos a otras áreas de la empresa, como administración o legal, con el fin de consolidar una cultura organizacional orientada a la eficiencia, el trabajo colaborativo y la mejora continua.

REFERENCIAS

Arias Coello, A. (2016). La gestión de los procesos. Facultad de Ciencias de la Documentación. <https://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10142.pdf>

Arroyo Quesquén, J. J., & Huertas Conde, D. (2021). Gestión por procesos para incrementar la productividad en el área de programación de la empresa Unión de Concreteras S.A, Lima [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8847>

Betancur Ospina, J. F. (2011). Mapas de procesos en organizaciones comerciales [Tesis de pregrado, Universidad EAFIT]. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/8831/JuanFelipe_BetancurOspina_2011_MarcoTeorico.pdf

Bocanegra Cuya, A. R. (2020). Desempeño de la rentabilidad del sector inmobiliario durante la pandemia del COVID 19 en Lima [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe>

Carranza Ferreyra, W. E. (2022). Gestión por procesos para mejora de la productividad en la empresa P.A. Perú S.A.C., Lima 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/33128>

Carrión Gonzales, J. L. (2020). Gestión por procesos para incrementar los niveles de productividad en el almacén de Hipermercados Tottus S.A. – Chiclayo, 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].

<https://www.scribd.com/document/547550714/Gestion-por-Procesos-para-incrementar-los-niveles-de-productividad>

Compass. (2025). Productividad de ventas: Significado, formas de aumentarla y medirla. <https://www.getcompass.ai/es/glossary/sales-productivity>

Consuunt. (2025). Ciclo PDCA. <https://www.consuunt.es/ciclo-pdca/>

Días Cuchiye, D. L. (2024). Análisis comparativo de metodologías y sus herramientas para el mejoramiento de procesos [Tesis de pregrado, Escuela Politécnica Nacional]. <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/25290>

Eneque Flores, K. A., & Tello Barahona, J. M. (2020). Gestión por procesos para incrementar la productividad en la empresa “Comercio Industria y Servicios GMV E.I.R.L.” [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USSS_e5af33b027f76cabd79e09ba57983a5f

HubSpot. (2024, noviembre 6). Mejora de procesos: Qué es, metodologías, herramientas y ejemplos. <https://blog.hubspot.es/sales/mejora-procesos>

Lahtinen, J., Tinnilä, M., & Komulainen, H. (2024). Digital transformation of B2B sales processes. In Proceedings of the International Conference on e-Business (pp. 23–30). SCITEPRESS. <https://www.scitepress.org/Papers/2024/129800/129800.pdf>

Mallar, M. Á. (2010). La gestión por procesos: Un enfoque de gestión eficiente. *Revista Visión de Futuro*, 13(1), 173–185.
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>

MAK. (s. f.). MAK Inmobiliaria. <https://mak.com.pe/>

McKinsey & Company. (2023). The economic potential of generative AI: The next productivity frontier. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier>

Oliveira, L., Aranha, E., Oliveira, M., & Lopes, A. (2025). Sales digitization and sales process optimisation for firm performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 198, 122215. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.122215>

Porras Arauco, N. (2023). Propuesta de mejora en los procesos operativos para el incremento de la productividad en una empresa de grifos en Lima – 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Continental].
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/14033>

Ramírez Acuña, C. R. (2020). Gestión por procesos para mejorar la productividad del área de proyectos de la empresa Grupo Strategys S.A.C., 2020 [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7622>

Ravichagua Sotelo, J. (2022). Aplicación de la gestión por procesos para mejorar la productividad [Tesis de pregrado, Universidad Continental].
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/14924/1/IV_FIN_108_TE_Ravichagua_Sotelo_2022.pdf

Rodríguez, L. (2023). BPM en gestión inmobiliaria. *Revista Científica UPSE*.
<https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/509/464>

Vargas, J., & Cárdenas, P. (2022). Impacto de la digitalización en la eficiencia de ventas en el sector inmobiliario en Perú [Tesis de licenciatura, Universidad de San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe>

ANEXOS





ANEXO N° 1. Documentación requerida por cada propiedad

	Dokumentación	RESIDENCIAL					CORPORATIVO				AGRÍCOLA
		Dpto.	Casa	Terreno	Terreno Proyecto	Local Comercial	Terreno	Local	Oficinas	Edificios Prime	Terreno
OF. MAK	Contrato *	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Ficha sistema MAK	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Estudio de Títulos	x	x	x	x	x	x	x	x		x
	Comparativo	x	x	x	x	x	x	x	x		x
	Residual				x						
	Presentación Valorización	x	x	x	x	x	x	x	x		x
PROPIETARIO	Copia Literal	x	x	x	x	x	x	x	x		x
	HR - PU	x	x	x	x	x	x	x	x		x
	Parámetros **		x	x	x	x	x	x			
	Certificado de Zonificación y vías ***						x	x			x
	Plano de ubicación (Sistema)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Plano de Distribución layout	x	x			x		x	x		
	Plano perimétrico ****		x	x	x		x				x
	Superposición CIRAS										x

* Edificios Prime de oficinas y clientes corporativos pueden acordar convenios a través de correo corporativo consignado en contrato
 ** Opcional para Casas y terrenos Residenciales menores a 400m2
 *** Locales residenciales puede suplirse con el mapa de zonificación del distrito
 **** Solo a terrenos rurales, Terrenos sin habilitación Urbana u otro terreno por pedido de jefatura.
 ***** En caso de casas, solo a las que se evalúan para proyectos residenciales

	Personal Natural	RUC 10	RUC 20
DNI	x	x	x
Ficha RUC		x	x
Vigencia De Poder			x

ANEXO N° 2. Búsqueda de propiedades

 Cliente
  Documentacion
  Propiedades
  Busqueda Requerimiento

ESTATUS:	CAPTADAS		
DEPATAMENTO :	LIMA	ELEGIDOS:	
PROVINCIA :	LIMA		
DISTRITO :	[SELECCIONE]		
TIPO:	[SELECCIONE]	SUB TIPO:	
PROMOCION:	SELECCIONE	ESTADO:	DISPONIBLE
TIPO AREA:	SELECCIONE	ZONIFICACION:	[SELECCIONE]
	DESDE:	HASTA:	
ALQUILER:			
VENTA:			
AT:			
AC:			
ID:		REF:	
			 BUSCAR

ANEXO N° 3. CRM – Listado de propiedades por captar por cada asesor

Usuario: JARAGON - ID: 9599



INICIO



DIRECTORIO



RECORRIDOS



REPORTES



SEGUIMIENTOS

Cerrar Sesión



Lista Call Center



Lista Captadas



Lista Por Captar



Lista Asignados Venta



Lista Asignados Compra



Listado Negociaciones



Visitas

LISTA PROPIEDADES PRE - CAPTADAS

FILTRO: DEL USUARIO: ***** MODO IMPRESION:

SOLICITUD	ID PROPIEDAD	TIPO PROPIEDAD	DIRECCION	DISTRITO	ESTATUS	ASIG. ASESOR	CATEGORIZAR	FECHA_ASIG_ASE	ULTIMO_SEG	FECHA_ULT_SEG	PROX_INTERAC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ENVIAR A:
755716	651211	LOCAL COMERCIAL	Prol. Cesar vallejo mz e lote 26 urb ingenieria (frente al teatro de la Upao)	TRUJILLO	POR CAPTAR	MAKTRUJILLO	<input type="checkbox"/>	2025-06-10 10:57:58	Seguimiento	10/06/2025 10:57		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR CAPTAR
755715	651210	EDIFICIO	CA PRIMAVERA 145	BARRANCA	POR CAPTAR	MZEA	<input type="checkbox"/>	2025-06-10 10:14:12	Seguimiento	10/06/2025 10:14		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR CAPTAR
755665	651209	LOCAL COMERCIAL	JR GAMARRA	TRUJILLO	POR CAPTAR	MAKTRUJILLO	<input type="checkbox"/>	2025-06-09 14:38:38	Seguimiento	09/06/2025 14:38		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR CAPTAR
755660	651207	LOCAL COMERCIAL	Apurimac esquina con Loreto urbanización Palermo	TRUJILLO	POR CAPTAR	MAKTRUJILLO	<input type="checkbox"/>	2025-06-09 13:03:59	Seguimiento	09/06/2025 13:03		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR CAPTAR
755647	651206	LOCAL COMERCIAL	AV LARCO 1039	TRUJILLO	POR CAPTAR	MAKTRUJILLO	<input type="checkbox"/>	2025-06-09 12:21:01	Seguimiento	09/06/2025 12:21		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR CAPTAR
755643	651208	LOCAL COMERCIAL	Av america norte 1451 (a 1 cuadra del open plaza Trujillo)	TRUJILLO	POR CAPTAR	MAKTRUJILLO	<input type="checkbox"/>	2025-06-09 13:08:59	Seguimiento	09/06/2025 13:08		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR CAPTAR
755634	651204	LOCAL COMERCIAL	AV LARCO 2154	TRUJILLO	POR CAPTAR	MAKTRUJILLO	<input type="checkbox"/>	2025-06-09 09:22:29	Seguimiento	09/06/2025 09:22		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR CAPTAR
			AV JUAN PABLO II		POR			2025-06-09				<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POR

ANEXO N° 4. CRM – Seguimiento de propiedades para captación y compra

SEGUIMIENTOS DE PROPIEDAD 610609								
NUEVO SEGUIMIENTO								
FILTRAR: [SELECCIONE]		Desde: 10/06/2025	Hasta: 10/06/2025	BUSCAR				
FECHA	TIPO	DESCRIPCION	VISITA	CLIENTE	ID PROP. VISITAR	ESTADO	RESPUESTA	USUARIO
06-06-2025 08:12	VIS	Toma de fotos de la propiedad y recoger documentos	2025-06-06 15:15:00		0	REPORTADA	se tomaron fotos a la propiedad, y me indican que quieren sacar las cosas de trabajo primero antes de venderla, estiman que el lunes de la prox semana ya estara lista	VNAPURI
06-06-2025 08:11	SEG	cliente me indica que ya puedo ir a tomar fotos a su propiedad, pero aun no lo ingrese porque quieren pintar la fachada para que este lista para venta. Se agenda visita	2025-06-09 11:00:00					VNAPURI
06-04-2025 10:18	SEG	cliente esta ordenando su casa ya que tiene bastantes cajas porque trabajan ahi, va a pintar las paredes para tenerla lista para venta, comision del 5% con exclusividad	2025-06-10 11:00:00					VNAPURI
05-06-2025 08:18	VIS	Reunion para conversar sobre la venta de la casa y pactar precio y comision	2025-05-09 15:45:00		0	REPORTADA	SE CONCRETO LA REUNION, AL FINAL LA CASA SE PUBLICARA EN 650K, COMISION DEL 5% EXCLUSIVA. LA PROXIMA SEMANA PODRIAN ESTAR FIRMANDO CONTRATO PORQUE QUIEREN DESPEJAR LA CASA PARA LAS FOTOS, ETC YA QUE TRABAJAN AHI, ADEMAS CUANDO SE VCENDA, QUIEREN MUDARSE A MIRAFORES EN UNA ZONA TRANQUILA	VNAPURI
05-06-2025 08:18	SEG	cliente se contacto y desea que vaya el viernes a las 4pm para conversar sobre la venta de su casa porque ya se	2025-05-10 11:00:00					VNAPURI

ANEXO N° 5. Lista de asignación compra por cada asesor



Cerrar Sesión

LISTA ASIGNADOS COMPRA

LILIANA AYALA HIDROGO

DISPONIBLE SOLICITADOS TODAS

REGISTRO	USUARIO	SOLICITADO	ASESOR ASIG.	SOLICITANTE	TELEFONOS	FECHA_ASIG_ASE	FECHA_ULT_SEG	OBSERVACIONES	ULTIMO_SEG	PROX_INTERAC	Buscari
755661	JMORILLO	620637	LAYALA	CECILIA AUGUSTA ADRIANZEN ALFARO	933916853--	2025-06-09 13:06:04	2025-06-09 14:30	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-10 14:00	DISPONIBLE
755360	MGONZALES	560368	LAYALA	JESUS VICENTE LINARES NUÑEZ	996895358--	2025-06-02 10:56:43	2025-06-04 13:17	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-09 10:00	DISPONIBLE
755306	MGONZALES	651145	LAYALA	ARIANNA DEL ROSARIO LOZANO NUÑEZ	974322441--	2025-05-31 10:26:04	2025-06-09 09:27	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-05 10:00	DISPONIBLE
755016	psalazar	329497	LAYALA	GEOVANA MARLENE ZEGARRA VIDAL / OLED INMOBILIARIA	936547375--	2025-05-23 17:32:26	2025-06-03 17:36	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-06 10:00	DISPONIBLE
754876	CCHACALTANA2	620637	LAYALA	JORGE ASANO UNO	985355125--	2025-05-20 11:42:56	2025-06-04 12:47	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-06 10:00	DISPONIBLE
754758	CCHACALTANA2	630785	LAYALA	EVELYN BEATRIZ SANTA CRUZ OSORES	945743856--	2025-05-18 12:44:23	2025-06-03 17:47	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-07 10:00	DISPONIBLE
741829	psalazar	620637	LAYALA	DANIEL GUILLERMO NEYRA JORDAN	953844026--	2025-04-02 11:16:33	2025-06-09 11:57	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-12 10:00	DISPONIBLE
603508	MGONZALES	379642	LAYALA	BÁRBARA ANDREA PONCE SANHUEZA	997928361--	2024-06-12 15:43:42	2025-05-29 09:59	Obs_Call	UR_Seg	2025-06-17 18:00	DISPONIBLE

Mostrando 1 de 8 de 8 registros

ANEXO N° 6. Propuesta de compra

EDITAR PROPUESTA DE COMPRA 40577

PROPUESTA COMPRA

SOLICITUD: 755200

DATOS DE COMPRADOR:

CLIENTE COMPRADOR: 218080 / MARITZA MIRIAN CUADROS ZAMORA

TELEFONOS: 941850395//

VENDEDOR: CLARREA

DATOS DE VENTA:

ID PROPIEDAD: 651021 / CASA

PROPIETARIO: ALVARO PIQUERAS WASHBURN Y JAIME PIQUERAS WASBURN

AREA: 521.71

DIRECCION: LAS GARDENIAS 450

CAPTADOR: CLARREA

MAK

PRECIO 630000.00

DATOS OFRECIDOS:

OFERTA / PRECIO CIERRE: 560000.00

COMISION_: 16,800.00

IGV:

OBSERVACIONES: CONTADO

Nro VISITA OFERTA: 0


MODO PAGO: CREDITO:

 **GUARDAR**

ANEXO N° 7. Listado de negociaciones

-  Lista Call Center
  Lista Captadas
  Lista Por Captar
  Lista Asignados Venta
  Lista Asignados Compra
  Listado Negociaciones
  Visitas

LISTA NEGOCIACIONES

FILTRO: 

 NUEVO INGRESO

Buscar:																
ID SOLICITUD	IP PROPUESTA	ID PROPIEDAD	TIPO DE PROPIEDAD	DIRECCION	DISTRITO	CAPTADOR	FECHA INGRESO	FECHA VENCI.	PRECIO CIERRE	VENDEDOR	PROCEDENCIA	PUBLICIDAD	COMPRADOR	EXCLUSIVIDAD	CREDITO	SEGUIMIENTO
755200	40577	651021 - 	CASA	JR LAS GARDENIAS 450	SANTIAGO DE SURCO	CLARREA	2025-05-02 00:00:00	2025-12-05 00:00:00	560000.00	CLARREA		EL COMERCIO	MARITZA MIRIAN CUADROS ZAMORA	NO		
755306	40576	651145 - 	DEPARTAMENTO	CA JOSE OLAYA 225 DPTO 1112B	CHORRILLOS	layala	2025-05-13 00:00:00	2026-02-04 00:00:00	450.00	LAYALA		FORO MAK	ARIANNA DEL ROSARIO LOZANO NUÑEZ	SI		
755449	40575	630794 - 	DEPARTAMENTO	AV BRASIL 1458 DPTO 1003	PUEBLO LIBRE	JRAMOS	2025-04-22 00:00:00	2025-07-21 00:00:00	112500.00	MYEPEZ		OTROS	CECILIA DEL CARMEN ARAGON GAMIO	SI		
755402	40574	309395 - 	TERRENO	AV GUARDIA CIVIL 947-941	SAN ISIDRO	myépez	2023-09-21 00:00:00	2025-05-01 00:00:00	1215000.00	SGONZALES		PAGINAS AMARILLAS	JORGE ABEL LEÓN MAYHUA / GREEN HOME SAC 20478035358	SI		
754946	40573	550256 - 	LOCAL COMERCIAL	JR SAN PEDRO 311 - 313	SURQUILLO	JRAMOS	2025-04-04 00:00:00	2025-07-03 00:00:00	230000.00	JRAMOS	MAK FORO	AFICHE MAK	FLOR FILOMENA MALDONADO MEGO	SI		
754967	40571	580491 - 	LOCAL COMERCIAL	JR DE LA UNION 798	CERCADO DE LIMA	CLARREA	2024-12-10 00:00:00	2025-09-26 00:00:00	2430.00	CLARREA		AFICHE MAK	EDWIN CASTRO SOLIS	SI		

ANEXO N° 8. Plantilla de valorización por homologación

MAK		ANÁLISIS COMPARATIVO DE MERCADO							(DD/MM/AA)		PRECIO DE VENTA		
Nombre Propietario	A LOS PROPIETARIOS		A. Terreno	149.01	Antigüedad	48		Tipo Inmueble:	LOCAL COMERCIAL (S.A)	\$279,685.4			
Dirección	CALLE LOS LAURELES NUMERO 519 - 2DO Y 3ER PISO		A. Construida		Estacionamientos			Valor de Venta	\$279,685.4	VALOR DE CIERRE			
Distrito/ Provincia	SAN ISIDRO		A. Libre		Valor Estacion.			A. Terreno	149.01	8%			
Zonificación	CZ		A. Ocupada		V. Compra/Fecha			Valor M2	\$1,877.0	\$257,311			
									Valor M2 Total	\$1,877.0	VALOR DE NEGOCIACIÓN		
									Valor de Venta Total	\$279,685.4	12%		
										\$246,123.2			
Análisis Terreno													
N°	Dirección	Distrito	A.T.	A.O	A.C.	A.L	Antigüedad	Estaciona.	Zonificación	Valor Publicado	Fecha Publicado	Valor Mt2	Link del Inmueble
1	CALLE LOS LAURELES PISO 2	SAN ISIDRO	149.00		161		70		CZ	\$ 270,000	189 DIAS / 5 VISTAS	\$1,812.08	https://urbania.pe/inmueble/clasificado/vecl
2	Calle Los Laureles al 500	SAN ISIDRO	160.00		160		10		CZ	\$ 320,000	8 DIAS / 43 VISTAS	\$2,000.00	https://urbania.pe/inmueble/clasificado/vecl
3	NICOLAS DE LA RIBERA	SAN ISIDRO	160.00		160		30		CZ	\$ 320,000	39 DIAS / 69 VISTAS	\$2,000.00	https://urbania.pe/inmueble/clasificado/vecl
4													
5													
										Precio Promedio por m2	US\$.	1,937.36	
Justificación													
		CALLE LOS LAURELES PISO 2		Precio Base (\$/m2)	Ajuste +/-	Precio Final (\$/m2)	Valor A.T	Valor A.O	Valor A.C	Valor A.L	V. Estacion.		
1	Antigüedad	Tiene 70 años de antigüedad		\$1,812.08	0.90	\$ 1,630.9	\$1,630.9	\$0.0					
				Valor comercial unitario Homologado Promedio (\$/m2)		\$ 1,630.9							
Justificación													
		Calle Los Laureles al 500		Precio Base (\$/m2)	Ajuste +/-	Precio Final (\$/m2)	Valor A.T	Valor A.O	Valor A.C	Valor A.L	V. Estacion.		
2				\$2,000.00			\$2,000.0	\$0.0					
				Valor comercial unitario Homologado Promedio (\$/m2)		\$ 2,000.0							

ANEXO N° 9. Informe de valorización entregado al propietario

PROPIEDADES DEL ENTORNO

Av. Bolívar 1620, Pueblo Libre



01	02	03
Jr. Río Huzura 355, Pueblo Libre, Lima.	Jr. Río Huzura 355, Pueblo Libre, Lima.	Jr. Río Huzura 355, Pueblo Libre, Lima.
PORTAL Urbania	PORTAL Urbania	PORTAL Urbania
DISTRITO Pueblo Libre	DISTRITO Pueblo Libre	DISTRITO Pueblo Libre
ÁREA TOTAL 11,770.00 m ²	ÁREA TOTAL 11,770.00 m ²	ÁREA TOTAL 11,770.00 m ²
ÁREA CONSTRUIDA 11,770.00 m ²	ÁREA CONSTRUIDA 11,770.00 m ²	ÁREA CONSTRUIDA 11,770.00 m ²
ÁREA OCUPADA 11,770.00 m ²	ÁREA OCUPADA 11,770.00 m ²	ÁREA OCUPADA 11,770.00 m ²
AÑOS 10	AÑOS 10	AÑOS 10
VALOR US\$ 4,472,714.00	VALOR US\$ 4,472,714.00	VALOR US\$ 4,472,714.00
ZONIFICACIÓN ZRE	ZONIFICACIÓN ZRE	ZONIFICACIÓN ZRE
VALOR X M ² US\$ 380.01	VALOR X M ² US\$ 380.01	VALOR X M ² US\$ 380.01
LINK https://urbania.pe/inmueble/clasificado/vecf	LINK https://urbania.pe/inmueble/clasificado/vecf	LINK https://urbania.pe/inmueble/clasificado/vecf