

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

**“ANÁLISIS Y OPORTUNIDADES DE MEJORA
DEL PROCESO DE VENTA, DEL PROYECTO
INMOBILIARIO DENOMINADO VENTO, EN EL
DISTRITO DE SAN MIGUEL, PROVINCIA Y
DEPARTAMENTO DE LIMA AL 2024”**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título
profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Marco Renato Guarniz Barraza

Asesor:

Mg. César Eduardo Lavado Bocanegra

<https://orcid.org/0000-0002-2931-6485>

Lima – Perú

2024

INFORME DE SIMILITUD

Análisis y oportunidades de mejora, para incrementar las ventas del proyecto inmobiliario denominado VENTO, en el distrito de San Miguel, provincia y departamento de Lima

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	www.coursehero.com Fuente de Internet	2%
2	gestion.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	2%
4	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
5	dspace.uniandes.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	es.scribd.com Fuente de Internet	1%
7	fido.palermo.edu Fuente de Internet	1%
8	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%

TABLA DE CONTENIDO

Informe de similitud	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
INDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	9
1.1 Ámbito Internacional.....	9
1.2 Ámbito Nacional	10
1.3 Ámbito distrital.....	11
1.4 Antecedentes de la empresa.....	13
1.5 Aspectos generales:.....	15
1.6 Descripción del Proyecto Inmobiliario VENTO	16
1.7 Unidades y precios de venta	17
1.8 Productos y clientes	18
1.9 Misión.....	26
1.10 Visión	26
1.11 Valores.....	27
1.12 Organigrama	27
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO	28
Antecedentes	28
Definición de conceptos	28
CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	35
Incorporación a la empresa.....	35
Principales funciones	35
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	37
Objetivos del proyecto.....	37
Análisis del proceso de venta:.....	37
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
Conclusiones:.....	45
Recomendaciones:	46
REFERENCIAS.....	48

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Récord de transacciones post pandemia COVID 19, combinado con rangos de tasa de interés.	9
Figura 2 Evolución de las tasas de interés de créditos hipotecarios de octubre de 2009 a enero de 2024	11
Figura 3 Servicios más cercanos al proyecto Vento	15
Figura 4 Características del proyecto Inmobiliario Vento	16
Figura 5 Unidades vendidas del proyecto inmobiliario Vento	17
Figura 6 Unidades por vender del proyecto inmobiliario Vento	18
Figura 7 Detalle de proyectos en venta y trayectoria	19
Figura 8 Tipología X01	20
Figura 9 Tipología X02	21
Figura 10 Tipología X03	22
Figura 11 Tipología X04	23
Figura 12 Tipología X05	24
Figura 13 Tipología X06	25
Figura 14 Fachada de Edificio Vento	26
Figura 15 Organigrama	27
Figura 16 Fases del proceso de venta	30
Figura 17 Publicidad participación de feria Nexo Inmobiliario	38
Figura 18 Crm Sperant - Bienvenida	39
Figura 19 Nuevos uniformes de la fuerza de ventas	40
Figura 20 Remodelación de caseta de ventas proyecto Vento	41
Figura 21 Capacitación a la fuerza de ventas	42
Figura 22 Evolución de contactos y ventas desde noviembre de 2023 a marzo de 2024 – Crm Sperant	43

RESUMEN EJECUTIVO

El mundo ha sido presa de un huracán económico. Comenzó en marzo de 2020, cuando el mundo se paralizó y unos vientos fuertes de categoría 5 reventaron los puntos débiles de la economía global, desde las cadenas de suministro y la geopolítica hasta la confianza institucional. Luego llegó el ojo de la tormenta: la inflación.

Hoy, más de 20 meses después de que la Reserva Federal de EE. UU. iniciará su batalla contra la inflación, el malestar inflacionista está (podría decirse) en retirada. Parece que la tormenta por fin está amainando.

Al comenzar el nuevo año con este telón de fondo de perturbaciones, es crucial evaluar el estado del mercado inmobiliario privado. El Informe sobre el Panorama de Inversión Global 2024 (Global Investment Outlook), de Hines Research, examina datos sobre el año anterior que indican los retos y las oportunidades que se avecinan, incluyendo una serie de señales prometedoras derivadas de ciclos anteriores. Estas son algunas de las conclusiones.

El objetivo del presente trabajo, es de realizar el análisis del proceso de venta, y crear oportunidades de mejora, del proyecto inmobiliario denominado VENTO

Por tal motivo, se utilizarán herramientas y conocimientos adquiridos durante las horas de estudio, en la carrera de Administración y Negocios Internacionales, para mejorar los procedimientos o acciones que actualmente, están derivando el problema antes mencionado.

Principalmente, se analizará las fases del proceso de venta, desde la parte más básica como el protocolo de atención a los clientes (Presentación del personal de ventas, segmentación, prospección, argumentación, cierre, etc) que realicen consultas sobre la compra de departamentos en el proyecto, tanto presencial en la caseta de venta, como de manera virtual (Google, redes sociales y Whats App). De igual modo, se analizará la idoneidad de los clientes provenientes de los canales digitales tales como página web, Facebook e Instagram, según el segmento o público objetivo al cual nos dirigimos. Asimismo, se analizará la

calidad de nuestro producto respecto al precio ofrecido, para generar alguna reestructuración de ajustes del precio por metro cuadrado. De igual modo, la percepción y experiencia de los clientes atendidos, con la finalidad de incluso obtener clientes referidos.

De manera siguiente, implementar campañas comerciales y participaciones en ferias inmobiliarias que permitan además de buscar la captación de clientes, una recordación de la marca en las personas.

Por último, generar mayor confianza a los clientes a través de una correcta atención de requerimientos de post venta.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

REFERENCIAS

- Marín Anglada, Q. (2011). Elaboración del plan de marketing: Aplicación en Excel. España: Profit Editorial.
- Kotler, Philip. (2001). Dirección de mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación. Y Control, octava edición.
- Alcalá, Christian. (2024). San Miguel y su estrategia para que más negocios ingresen al distrito. *Diario Gestión – Edición digital*. <https://gestion.pe/economia/empresas/san-miguel-y-su-estrategia-para-que-mas-negocios-ingresen-al-distrito-vivienda-de-interes-social-inmobiliario-plaza-san-miguel-comercios-noticia/?ref=gesr>
- Reyes, Jose C. (2024). Tasa de interés de créditos hipotecarios bajó el 2023, ¿Cuál será la tendencia este año? – *Edición digital*. <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/tasa-de-interes-de-creditos-hipotecarios-bajo-el-2023-cual-sera-la-tendencia-este-ano-noticia/>
- Nexo Contenidos. (2024). ¿Por qué comprar un departamento en San Miguel? *Blog Nexo Inmobiliario*. <https://blog.nexoinmobiliario.pe/por-que-comprar-departamento-san-miguel/>
- Patricio, Daniel (2016). Manual de recursos humanos. España: ESIC Editorial.
- Conexión ESAN (2024). Perspectivas del sector inmobiliario y el problema de la vivienda de interés social <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/perspectivas-del-sector-inmobiliario-y-el-problema-de-la-vivienda-de-interes-social>
- Steinbach, David. (2024) ¿Qué será del mercado inmobiliario mundial en 2024? Esta es una guía completa <https://es.weforum.org/agenda/2024/01/que-sera-del-mercado-inmobiliario-mundial-en-2024-eso-es-lo-que-esta-por-venir/>
- Ormeño Alonso, J., Carvajal Martín, L. G. & Sanz Sumelzo, L. B. (2022). CFGB-Atención al cliente 2022. Editorial Editex.
- Woscoboinik, Gerardo. (2021). Marketing para Inmobiliarios 2da Edición: Corredores y Tasadores. Ugerman Editor.
- Fernández, Jessica P. (2015). Marketing y promoción inmobiliaria. Editorial Elearning, S.L.
- Caballero, Pilar. (2015). Estrategia y organización comercial. Manual teórico. Editorial CEP.
-

- CAPECO, (2024). CAPECO: El 2024 será un año retador para la industria de la construcción (y para el Perú) – Proyecciones sectoriales <https://capeco.org/el-2024-sera-un-ano-retador-para-la-construccion-y-para-el-peru/>
- William J. Staton, Michael J. Etzel y Bruce J. Walker (2007) Fundamentos De Marketing - Decimocuarta edición. Editorial The McGraw-Hill Companies Inc.
- Ormeño Alonso, J., Carvajal Martín, L. G., Sanz Sumelzo, L. B. (2022). CFGB-Atención al cliente 2022. España: Editorial Editex.