	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 1 de 5

1. Programa Académico:

Especialización en Gestión Empresarial

2. Título del Caso de Estudio (En español e inglés):

Estudio de Caso: Plan de Mercadeo para Minmueble360

3. Datos del (los) Autor(es):

Nombres	Apellidos	Correo Electrónico	Programa Académico	Modalidad (Presencial / Virtual)	Biografía académica (hasta 60 palabras)
Iván Darío	Guerrero García	ivandgg2@hotmail.com	Especialización en Gestión Empresarial	Presencial	Administrador de Empresas


4. Fecha de entrega del documento Trabajo de Grado (DD/MM/AAAA):

05	11	2018
----	----	------

5. Resumen Ejecutivo del Caso de Estudio (Hasta 800 palabras):

Minmueble360 es un portal web inmobiliario enfocado en el desarrollo de interfaces WEB dirigidas al sector inmobiliario y hotelero. A través de imágenes HRD de alta definición se busca proyectar todos los espacios de los inmuebles de tal manera que el usuario pueda visualizarlos con la sensación de estar al interior de ellos.

Con este desarrollo se le da la posibilidad al cliente de realizar visitas interactivas al inmueble simplemente haciendo uso de computadores, tabletas y teléfonos celulares (smartphones) con conexión a Internet evitando desplazamientos físicos al inmueble. Se agiliza la visualización del inmueble, a través de la web con tan solo compartir un Link personalizado de la propiedad, permitiendo concretar más rápidamente una cita y porque no la compra del inmueble. Minmueble360 tiene su

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 2 de 5

origen en el año 2016, tiempo en donde la tecnología está presente en todo el mercado inmobiliario, por este motivo se decide ingresar con la prestación de un servicio de innovación encaminado al uso de la tecnología y por medio de las mejores herramientas.

6. Palabras clave:

Plan de Mercadeo, Sector construcción e inmobiliario, Plan de mejora Portal WEB, estrategias de posicionamiento.

7. Objetivo de Aprendizaje (A elaborar por el docente) (Hasta 200 palabras):

Plan de mercadeo para posicionar a Minmueble360 en el mercado web inmobiliario de Colombia

8. En qué Asignaturas / Módulos puede ser usado el caso de estudio (A elaborar por el docente):


Emprendimiento, Gerencia de Mercadeo.

9. Definición de la Situación / Problema (hasta 250 palabras):

Minmueble360 es un PORTAL WEB INMOBILIARIO que ofrece un servicio de fotografía 360 grados, el cual está dirigido a personas naturales o inmobiliarias que deseen publicar sus inmuebles de una forma más atractiva para poder vender o arrendar de manera eficaz y eficiente. Sin embargo, en el tiempo que la empresa lleva en el mercado se ha podido identificar que los potenciales clientes confunden el portal WEB inmobiliario de la compañía inmobiliaria. Por este motivo es necesario contar con un plan de mercadeo para los próximos años que tenga como objetivo aumentar las ventas y posicionar a Minmueble360 como un referente en portales WEB del sector inmobiliario en Bogotá y Colombia.

10. Historia y Antecedentes del Caso (Entre 800 y 1200 palabras):

Minmueble360 tiene su origen en el año 2016, tiempo en donde la tecnología está presente en todo el mercado inmobiliario, por este motivo se decide ingresar con la prestación de un servicio de innovación encaminado al uso de la tecnología y por medio de las mejores herramientas.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 3 de 5

El presente estudio de caso lo que quiere es proponer un plan de mercadeo para posicionar a Minmueble360 en el mercado de Bogotá. El estudio está estructurado de la siguiente manera. En la sección 2, se realiza una descripción de temas teóricos como lo son el plan de mercadeo y el análisis del sector en el cual opera Minmueble 360. En la sección 3, se realiza una breve descripción del problema a estudiar y se desarrollan el objetivo general y específico del estudio. En la sección 4, se desarrolla el plan de mercadeo para la compañía. Finalmente, la sección 6 y 7 contienen las recomendaciones y la bibliografía, respectivamente.

11. Descripción de la situación (Entre 1500 y 2000 palabras):

Minmueble360 es un PORTAL WEB INMBOLIARIO que ofrece un servicio de fotografía 360 grados, el cual está dirigido a personas naturales o inmobiliarias que deseen publicar sus inmuebles de una forma más atractiva para poder vender o arrendar de manera eficaz y eficiente.

Sin embargo, en el tiempo que la empresa lleva en el mercado se ha podido identificar que los potenciales clientes confunden el portal WEB inmobiliario de la compañía inmobiliaria. Por este motivo es necesario contar con un plan de mercadeo para los próximos años que tenga como objetivo aumentar las ventas y posicionar a Minmueble360 como un referente en portales WEB del sector inmobiliario en Bogotá y Colombia.


12. Preguntas de estudio (Hasta 500 palabras):

- ¿Cómo hacer un plan de mercadeo para un portal web del sector inmobiliario?
- ¿Cómo realizar un plan de mejora para una plataforma web?
- ¿Cómo elaborar estrategias de posicionamiento para un portal WEB del sector construcción e inmobiliario?

13. Descripción de la decisión tomada por la organización (Hasta 800 palabras):

No aplica

14. Anexos

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 4 de 5

No aplica

15. Nota para los docentes (Entre 1000 y 1500 palabras)

No aplica

16. Referencias Bibliográficas

Burbano, C.G. (2009) “ Estrategias de marketing para el mejoramiento en el servicio de ventas para empresas del sector inmobiliario ubicado en la ciudad de Quito”. Repositorio Resis de Grado y Posgrado.

De Vicuña Ancín, J. (2008) “ El Plan de Marketing en la Práctica”, Libros Profesionales de Empresa, ESIC Editorial.


Hoyos, R (2013). “Plan de marketing: diseño, implementación y control”, . ECOE Ediciones, Universidad Sergio Arboleda.

Kotler, P & Armstrong, G. (2003) “Fundamentos de Marketing”, Pearson Educación, Sexta Edición.

Mattos, C. (2008) “ Globalización, negocios inmobiliarios y mercantilización del desarrollo urbano” Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales Pontificia Universidad Católica de Chile

Rostowicz, H (2001) “Marketing for Real State” web:

<http://landtax.co.il/essays/rostowicz/marketing-of-real-estate.pdf>.

 <small>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA</small> POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 5 de 5

ADVERTENCIA

Toda idea, texto (frases o palabras) o cifra de cualquier fuente institucional, persona natural, persona jurídica u otros, debe tener la adecuada referencia y por tanto acreditación de manera explícita, para el caso del cuerpo del texto y el listado de bibliografía, inclusive si es una traducción propia. Así mismo, se deben usar adecuadamente las citas directas e indirectas de acuerdo con las ideas que se quieren expresar en el marco de las entregas para los trabajos o avances del programa. Se sugiere que antes de hacer cualquier envío del documento se utilicen plataformas libres para verificar el adecuado crédito, referencia y uso de los aportes propios y de terceros. Para mayor información consulte:

- i. <http://www.apa.org/>
- ii. <http://normasapa.com/>
- iii. <http://repository.poligran.edu.co/handle/10823/328>
- iv. <http://www.plagium.com/>
- v. <http://www.plagscan.com/es/>
- vi. <http://plagiarisma.net/es/>
- vii. <http://www.plagtracker.com/es/>