

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB- 12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/1

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): CAMILA FERNANDA **APELLIDOS:** DAZA LOZA
NOMBRE(S): ERIKA KATERINE **APELLIDOS:** HOYOS CASTELLANOS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACION FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): LUZ SILVANA **APELLIDOS:** MALDONADO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INMOBILIARIA Y CONSTRUCTORA GRUPO HOGAR SAS EN CÚCUTA

RESUMEN

El trabajo trata acerca de, un Diseño de un plan estratégico para la inmobiliaria y constructora Grupo Hogar SAS en Cúcuta. Debido a que, La empresa no tiene establecido un plan estratégico que sea una guía para sus actividades comerciales a corto y mediano plazo, por lo cual en ocasiones su gestión financiera es algo incierta porque se carece de planificación y proyecciones comerciales a corto y mediano plazo. Por ello se plantea, Diseñar un plan estratégico de Mercadeo para la inmobiliaria y constructora Grupo Hogar SAS en Cúcuta. El tipo de investigación es, de tipo descriptivo. Las fuentes de recolección de información es a través de la aplicación de una encuesta. La población, es el total de la población de la ciudad según proyección del AM (2016). Son 656.414. La muestra, según el cálculo probabilístico es de 138 personas. Luego de aplicada la encuesta y tabulada se analiza para encontrar los puntos en común o que marquen la diferencia, se presenta en figuras gráficas con su respectiva tabla de frecuencia y explicación por pregunta, para luego llegar a un análisis general de toda la información recolectada.

PALABRAS CLAVE: Plan, estratégico, inmobiliaria, constructora, grupo, SAS, clientes.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 99 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:** 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	<u>24/10/2014</u>	Fecha	<u>05/12/2014</u>	Fecha	<u>05/12/2014</u>

COPIA NO CONTROLADA

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INMOBILIARIA Y CONSTRUCTORA GRUPO HOGAR
SAS EN CÚCUTA

CAMILA FERNANDA DAZA LOZA
ERIKA KATERINE HOYOS CASTELLANOS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INMOBILIARIA Y CONSTRUCTORA GRUPO HOGAR
SAS EN CÚCUTA

CAMILA FERNANDA DAZA LOZA
ERIKA KATERINE HOYOS CASTELLANOS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:
Administrador Financiera

Director:
LUZ SILVANA MALDONADO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2018



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

HORA: 09:00 AM
FECHA: SEPTIEMBRE 23 DEL 2017
LUGAR: CREAD 3 PISO SALA 3
JURADOS: JOSE ORLANDO GARCIA MENDOZA
MARTHA BEATRIZ DELGADO
LUIS FERNANDO GUARDIOLA

TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INMOBILIARIA Y
CONSTRUCTORA GRUPO HOGAR SAS EN CÚCUTA

DIRECTOR: LUZ SILVANA MALDONADO

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>CAMILA FERNANDA DAZA LOZA</u>	<u>1490825</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>
<u>ERIKA KATERINE HOYOS CASTELLANOS</u>	<u>1490850</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.



COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	15
1. Problema	16
1.1 Título	16
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.3 Objetivos	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivo específicos	16
1.4 Justificación	17
1.5 Alcances	20
1.6 Limitaciones	20
2. Marco Teórico	21
2.1 Antecedentes	21
2.2 Bases Teóricas	23
2.3 Marco Conceptual	35
2.4 Marco Legal	39
3. Análisis de la situación Actual del Mercado	43
3.1 Oferta	43
3.2 Demanda	45
3.3 Situación Actual de la Empresa	47
3.4 Matriz DOFA	48
3.5 Matriz PEYEA	49

4. Investigación y Segmentación de Mercado	52
4.1 Definición de Problema y Objetivo Investigación	52
4.1.1 Definición de problema	52
4.1.2 Objetivo de investigación	52
4.2 Diseño de la Metodología de Investigación	52
4.2.1 Tipo de investigación	52
4.2.2 Técnicas de investigación	53
4.3 Población y Muestra	53
4.3.1 Determinación del tamaño de la muestra	53
4.4 Elaboración de la Encuesta	54
4.4.1 Procesamiento de la información	54
4.5 Análisis de la Demanda	65
4.5.1 Factores que afectan a la demanda	65
4.5.2 Demanda actual	65
4.6 Análisis de la Oferta	65
4.6.1 Factores que afectan a la oferta	65
4.6.2 Oferta actual	66
4.7 Demanda Proyectada	67
5. Plan Estratégico de Mercadeo	70
5.1 Políticas y Valores	70
5.1.1 Políticas	70
5.1.2 Valores	70
5.2 Segmentación de Mercado	70

5.2.1 Mercado meta	70
5.3 Objetivos Estratégicos	70
5.4 Estrategia de Mercadeo	71
5.5 Implementación	71
5.6 Producto	71
5.6.1 Características y atributos	71
5.6.2 Ciclo de vida del producto	71
5.6.3 Estrategias del producto	72
5.7 Precio	72
5.7.1 Determinación de precios	72
5.7.2 Método de fijación de precios	72
5.7.3 Estrategia de precios	72
5.8 Logística	73
5.8.1 Estrategias de distribución	73
5.9 Comunicación	73
5.9.1 Publicidad	73
5.9.2 Estrategias de Promoción de ventas	74
5.9.2.1 Material promocional	74
5.9.2.2 Posicionamiento	75
5.10 Plan de acción	76
6. Presupuesto del Plan Estratégico	78
6.1 Presupuestos	78
6.1.1 Actividades de ventas y promocionales	78

6.2 Proyección de Gastos y Ventas	78
6.2.1 Proyección de ventas – efectivo	78
6.2.2 Gastos	79
6.3 Análisis Financiero	79
6.3.1 Estados financieros proyectados	80
6.3.2 Balance general proyectado	80
6.4 Análisis Financiero	81
6.4.1 Valor presente neto	81
6.4.2 Tasa interna de retorno	82
6.4.3 Periodo de recuperación de la inversión	83
6.4.4 El punto de equilibrio	83
7. Diseño Área de Ventas	85
7.1 Cargos, Perfiles, Funciones y Remuneración	85
7.1.1 Cargos y perfiles	85
7.1.2 Funciones	85
7.2 Diagramas de Procesos Comerciales	87
8. Responsabilidad Social Empresarial	89
9. Impacto Ambiental	90
10. Conclusiones	91
11. Recomendaciones	92
Referencias Bibliográficas	93
Anexos	96