

Creación de la propuesta de marketing digital para la empresa proyectos concretos

Andrea Natalia Quevedo Avellaneda

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de ciencias básicas, Ingeniería y Tecnología (ECBTI)

Programa Ingeniería Industrial

Bucaramanga

2022

Creación de la propuesta de marketing digital para la empresa proyectos concretos

Andrea Natalia Quevedo Avellaneda

Trabajo para optar al título de Ingeniera Industrial

Director:

Ingeniero Ezequiel Aparicio Ayala

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de ciencias básicas, Ingeniería y Tecnología (ECBTI)

Programa Ingeniería Industrial

Bucaramanga

2022

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi Madre por siempre estar interesada y apoyando mi proceso educativo con amor y valentía. En segundo lugar, a todo el cuerpo docente por su ayuda y guía durante esta etapa de mi vida; Por último, agradecimientos especiales a María Avellaneda, Rosa Avellaneda y Luz Marina Padilla, quienes siempre apoyaron mi evolución académica.

Resumen

Actualmente se vive una era digital donde las redes sociales, las páginas web y las aplicaciones son el medio de comunicación, entretenimiento y herramientas de trabajo predilectos y más usados por las personas. Atrás quedaron los días en los que las llamadas eran la forma más eficiente de contacto, en que el vendedor tocaba a nuestra puerta ofertando un producto, es parte del pasado que los comerciales de radio y televisión sean la forma de publicidad más innovadora y masiva que existe. Ahora estas tres cosas se pueden lograr en una sola aplicación, llamar a los seres queridos, mientras un anuncio salta en la pantalla y se oferta un nuevo producto. La era digital cambio la vida de millones de personas y como resultado cambio la manera en la que se comunican las personas y por ende la forma en la que las empresas interactúan con sus clientes.

Por lo tanto, es necesario que toda empresa u organización cuente con una estrategia de marketing digital. No solo se habla de las de grandes multinacionales se incluye también las medianas, pequeñas o micro empresa, todas ellas deben implementar las Tics en su ejercicio comercial, ya sea para la gestión de clientes o para sus procesos internos.

Se presenta la estrategia de marketing digital para la empresa Proyectos Concretos, una organización catalogada como microempresa, dedicada a la construcción de obra civil y pionera en la región implementando la bioarquitectura, quien busca adoptar e implementar las soluciones digitales como parte vital en su reestructuración.

Abstract

We are currently living in a digital age where social networks, web pages and applications are the preferred and most used means of communication, entertainment and work tools by people. Gone are the days in which calls were the most efficient form of contact, in which the seller knocked on our door offering a product, it is part of the past that radio and television commercials are the most innovative and massive form of advertising that exists. Now these three things can be achieved in a single application, calling loved ones, while an advertisement jumps on the screen and a new product is offered. The digital era changed the lives of millions of people and as a result changed the way people communicate and therefore the way companies interact with their customers.

Therefore, it is necessary for every company or organization to have a digital marketing strategy. It is not only about large multinational companies, it also includes medium, small or micro companies, all of them must implement ICTs in their commercial exercise, either for customer management or for their internal processes.

The digital marketing strategy for the company Proyectos Concretos is presented, an organization classified as a microenterprise, dedicated to the construction of civil works and a pioneer in the region implementing bioarchitecture, which seeks to adopt and implement digital solutions as a vital part of its restructuring.

Contenido

Lista de figuras	10
Lista de anexos	11
Introducción	12
Planteamiento del problema	13
Justificación	15
Objetivos	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos.....	18
Metodología	19
Estudio del proyecto.....	19
Recopilación de datos.....	20
Análisis de datos.....	21
Desarrollo de la estrategia marketing digital.....	21
Marco teórico	23
Marketing	23
Marketing digital.....	23
Estructura de un plan de marketing digital.....	24
Estrategia CRM.....	24

Satisfacción del Cliente.....	25
Instagram.....	25
Perfil Facebook	26
Página de Facebook.....	27
WhatsApp Business.....	28
Marco legal.....	30
Ley 1581 de 2012.....	30
Ley 527 de 1999.....	31
Ley 1065 de 2006.....	31
Ley 1341 de 2009.....	32
Ley 1978 de 2019.....	32
Artículo 34 código sustantivo del trabajo contratistas independientes	33
Artículo 2º de la Ley 1562 de 2012.....	33
Focalización de clientes.....	35
Análisis de la edad.....	36
Tipo de Vivienda.....	38
Acceso a internet y conectividad.....	40
Implementación estrategia de marketing digital.....	44
Perfil de Facebook.....	44

Página de Facebook.....	44
Instagram.....	45
Gmail.....	45
WhatsApp Business.....	45
Página web	46
Plan de mejoramiento estrategia de marketing digital.....	47
Modificación logo	47
Creación de contenido redes sociales.....	48
Obtener más seguidores en redes sociales.....	48
<i>Facebook:</i>	48
<i>Instagram:</i>	49
<i>WhatsApp Business:</i>	49
Modificación y mejora de la página web	50
Resultados obtenidos.....	51
Un Logo Que Identifica y Genera confianza	51
Contenido Que Llega a Los Usuarios En Las Redes Sociales:	51
<i>Facebook:</i>	51
<i>Instagram:</i>	51
<i>WhatsApp Business:</i>	52

Una Página Web de Acercamiento y CRM.....	52
Conclusiones	54
Referencias Bibliográficas	58
Anexos	61

Lista de figuras

Figura 1 Rango de edades	37
Figura 2 Participación de los hombres y mujeres	38
Figura 3 Tipo de vivienda habitada.....	39
Figura 4 Tipo de vivienda propia y familiar	40
Figura 5 Tipo de móviles que usan los usuarios	41
Figura 6 ¿Como contactan los usuarios?.....	42

Lista de anexos

Anexo A <i>Encuesta Proyectos concretos</i>	62
Anexo B <i>Resultados Encuesta Proyectos Concretos</i>	66
Anexo C <i>Perfil de Facebook</i>	72
Anexo D <i>Página de Facebook</i>	73
Anexo E <i>Perfil Instagram</i>	74
Anexo F <i>Perfil Whats app business</i>	75
Anexo G <i>Página Web</i>	76
Anexo H <i>Logo</i>	77
Anexo I <i>Logo final</i>	78
Anexo J <i>Perfil de Facebook actualizado</i>	79
Anexo K <i>Página Facebook Actualizada</i>	80
Anexo L <i>Alcance de la página Facebook</i>	81
Anexo M <i>Perfil Instagram actualizado</i>	82
Anexo N <i>Alcance publicaciones Instagram</i>	83
Anexo O <i>WhatsApp Business</i>	84
Anexo P <i>Proyectos Actuales</i>	85
Anexo Q <i>Página web final</i>	86

Introducción

Este trabajo se hace con la finalidad de plantear la estrategia de marketing digital para la empresa proyectos concretos, posteriormente analizas la implementación de esta estrategia realizando las mejoras en base a la mejora continuar.

Primero se recopilan los datos para perfilar a los clientes y enfocar la estrategia de marketing, utilizando la encuesta como método de recopilación de datos y posteriormente se realiza el respectivo filtro y segmentación para orientar e identificar el nicho de mercado al cual se enfocará la propuesta de marketing.

Luego de ello se procede con implementar la estrategia desarrollando los canales digitales y de contacto para el cliente, como lo son redes sociales y pagina web, brindado cercanía al cliente y una comunicación eficiente.

Finalmente, en base a la recepción de los usuarios se toman acciones de mejora en la estrategia de marketing, como puede ser modificación de aspecto de la página web o redes sociales al igual de modificación de los colores corporativos. Brindado como resultado una solución efectiva y una estrategia funcional en marketing digital.

Planteamiento del problema

Colombia tuvo una sobre oferta en el sector de la construcción en el año 2019, en dicho año “El sector de la construcción se contrajo a ritmos de -1,3% (vs. -0,4% en 2018)” en otro aparte “Aún se observa una sobreoferta en el segmento residencial de estratos altos, así como en el segmento de oficinas, con vacancias tan altas en Bogotá como un 16,4% del total o de 14% a nivel estructural (sin considerar los proyectos nuevos)”. (Santa Maria, 2020).

Santander no fue la excepción a esta situación y como resultado se produjo un cese de actividades temporal por parte de Proyectos Concretos, ya que en ese momento su enfoque estaba dirigido a las refacciones y mejoras de locales comerciales y reformas en sectores de vivienda en estratos altos. En el año 2020 se vivió la pandemia debido al covid-19, acrecentando la crisis de la empresa debido a la susceptión de prácticamente todas las actividades comerciales y de construcción.

Proyectos Concretos es una empresa que en su momento no brindo la importancia a las estrategias de marketing o innovación tecnológica a sus procesos. Como tal los clientes eran conseguidos por recomendación de otros clientes y produjo un estancamiento debido a la poca afluencia de los mismos, adicional a esto los equipo de usaba la empresa para el desarrollo de la actividad eran bastantes obsoletos y los procesos internos de contratación y administrativos eran demasiado básicos.

Con la crisis económica global debido a la pandemia y las restricciones que trajo consigo, Proyectos Concretos busca reinventarse e implementar una estrategia de marketing digital que traiga consigo la adquisición de nuevos clientes y además se cuenta con una forma de mostrar su

trabajo de manera digital y un contacto más fluido con los socios internos y externos.

No solo se busca contactar a más personas por medio digital, se busca también hacer cierre de negocios y dar a conocer la empresa, su gran calidad y sus proyectos ejecutados brindando confianza a los nuevos socios, como tal se busca implementar una estrategia basada en CRM (*Customer Relationship Management*) ya que es el presente comercial de las organizaciones.

En el país es aún pionero en la implementación de las ventas online como opción de compra segura y recurrente, ya que genera cierta desconfianza al realizar un intercambio económico con tiendas virtuales, sin embargo, es un mercado que crece rápidamente y es necesario establecerse y tener participación. El gran reto para los comerciantes es generar confianza con los consumidores y así mismo generar mayores ventas pues al implementar estas opciones se invierte un rublo y se busca recuperarlo con el cierre efectivo de nuevos negocios.

Justificación

La empresa Proyectos Concretos, solicita el apoyo de un estudiante de ingeniería industrial ya que debido a sus múltiples conocimientos tanto en la parte administrativa como en la parte técnica puede brindar un aporte importante a la situación actual de la empresa, pues en este momento no se cuenta con una estrategia de marketing digital.

El pasante debe conocer la importancia de la innovación e implementación de nuevas tecnologías en los procesos de la empresa; Hoy se vive una realidad, las empresas que no innovan no son competitivas y por ello están condenadas a desaparecer como lo indica el filósofo de la administración Peter Drucker “Una compañía establecida que, en una era que exige la innovación, no es capaz de innovar, está condenada a la decadencia y extinción”. En el entorno competitivo actual, la mayoría de las empresas solo tienen una opción: innovar o morir (Dess et al. 2011). Las organizaciones deben modificar su filosofía y su ADN, Proyectos Concretos tiene un plan ambicioso para dar el salto a lo digital y enfocar recursos en la creación de una estrategia de marketing eficiente y funcional.

Como ya se ha mencionado anteriormente las tecnologías de la información y comunicación son una herramienta indispensable para ser visibles, conseguir nuevos clientes, crear una identidad, tener un contacto directo con el usuario y como competir con otras empresas del sector.

Al implementar una estrategia de marketing digital se deben recopilar datos puntuales sobre los clientes potenciales, en base a esto se debe realizar el respectivo análisis y segmentación de los mismos, para focalizar esfuerzos y desarrollar estrategias específicas según

el perfil de los nuevos clientes. De esta forma se puede brindar una asistencia personalizada, que aborde las necesidades de los tipos de clientes que se logran agrupar, para el desarrollo de este ítem se requiere a personal capacitado en el análisis y recopilación de datos de manera confiable.

Con apoyo de las tecnologías de información y comunicación se busca llegar a nuevos clientes, dando a conocer todo el portafolio de servicio que presta la empresa y puntualizando en la vertiente bioarquitectura y estaciones para carga de vehículos eléctricos, pues la empresa apuesta al desarrollo de infraestructura comprometido con el medio ambiente, estas soluciones son pioneras en el mercado por ello es necesario resaltar y tener mayor visibilidad; adicionalmente se busca mejorar la comunicación y la forma en la que se aborda a los clientes, la inmediatez en las respuestas y tener un canal de comunicación personalizado con los usuarios. El mundo se encuentra en una era digital donde todos buscan la respuesta más eficiente y eficaz, pero en el menor tiempo posible. Cotizaciones, diseños y trabajar de la mano con los socios externos mediante una comunicación fluida es uno de los objetivos. Si el cliente tiene una nueva idea, un cambio en la solicitud, tendrá la opción de contactar rápidamente para evaluar sus propuestas o sugerencias e implementar los cambios en el menor tiempo posible gracias a los canales de contacto como lo son los perfiles en redes sociales, las líneas corporativas y adicional la página web, básicamente se habla de una estrategia de marketing digital basado en CRM como un modelo estratégico para el mercado y un plus para la organización.

Es muy importante la creación y puesta en marcha de la página web pues será la carta de presentación, una plataforma donde el cliente puede ver los múltiples canales de contacto; adicional se podrá verificar la hoja de vida de los Ingenieros y arquitectos para mayor cercanía y confianza en las personas interesadas en conocer un poco más de la organización.

Como bien se ha expresado la estrategia de marketing digital que se busca desarrollar e implementar se convierte en una solución integral a las necesidades actuales que el mercado plantea y es por ello que se requiere a una persona con múltiples conocimientos, no solo enfocados a la administración o la programación, se considera entonces que el pasante de ingeniería industrial puede hacer uso de sus habilidades y conocimientos para llevar a cabo una a una las tareas que se han preestablecido.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar e implementar la estrategia de marketing digital para la empresa Proyectos Concretos.

Objetivos específicos

Focalizar a los clientes basados en los datos recopilados, analizando e identificando sus necesidades y perfilando el nicho de mercado.

Apoyar a la creación de contenido digital de interés y brochure de la empresa para fidelizar y obtener nuevos clientes.

Diseñar, crear y publicar la página web oficial de la empresa Proyectos Concretos aplicando una estrategia CRM.

Implementar las mejoras en la imagen corporativa de la empresa en base al análisis de la respuesta a la propuesta digital y Ciclo de Deming.

Metodología

En el marco metodológico del proyecto se establece la manera en que se va a realizar el estudio de la investigación y los pasos a seguir para obtener el resultado esperado, se indican de manera clara como se van a recolectar los datos, y la forma en la que van a ser analizados.

Estudio del proyecto

Para este proyecto se utilizará una investigación de tipo descriptiva, la cual se centra en identificar las características de una población específica. De esta manera se pueden crear estrategias de fidelización y comunicación focalizadas en los diferentes tipos de clientes segmentados. Es la mejor manera de alcanzar los objetivos planteados pues por medio de este tipo de investigación se puede establecer un nicho de mercado bastante específico al cual se puede aplicar y en el cual la empresa se puede enfocar.

Para la estrategia de marketing digital se va a implementar el modelo de gestión empresarial CRM (*Customer Relationship Management*), este modelo básicamente ubica al cliente como el centro para el desarrollo de todos los procesos de la empresa, el cliente se convierte en el elemento más importante de la organización; se enfoca básicamente en brindar soluciones personalizadas a cada tipo de usuario, ya que se recopilan datos de preferencias, necesidades específicas, gustos y diferentes patrones. Un aspecto importante para llegar a la implementación de este modelo de gestión son los canales de comunicación eficientes, desde allí se recopilan los datos requeridos.

La estrategia a utilizar es una metodología inductiva, que se busca verificar el desarrollo de la propuesta en términos generales, su implementación en la empresa como solución a la problemática planteada y validar las mejoras que se puedan realizar.

Recopilación de datos

La obtención de los datos se llevará a cabo utilizando un método ordenado y eficiente tanto para la recolección como para la organización de los mismo. Una vez se cuenta con la información será validada y condensada en la base de datos respectiva del proyecto.

La herramienta técnica que se usara para la recolección de la información es la encuesta ya que por medio de ella se tiene la oportunidad de obtener datos objetivos de las personas que podrían estar interesadas en el portafolio de servicios de la organización. Se creará un formulario de Google y tendrá por nombre Proyectos Concretos, por medio de ella la obtención de datos es confiable y se puede realizar reportes en tiempo real, además de ser una opción de fácil acceso para la mayoría de personas y al ser un formulario virtual se evidencia el compromiso con el medio ambiente en no realizar [\(¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.\)](#).

La encuesta será aplicada a clientes antiguos, usuarios recurrentes en la compra de materiales de construcción en pequeños comercios del área metropolitana y personas que tengan avisos fuera de sus casas, de “se vende o se arrienda”.

Se utilizarán preguntas cerradas ya que de esta manera se logrará medir los datos de manera cuantitativa, en general la mayoría de respuestas son de selección múltiples exceptuando algunas necesarias para identificar algunas preferencias puntuales y validar datos personales.

Análisis de datos

Los datos serán analizados mediante la segmentación de los clientes, por rangos y preferencias específicas, de esta manera se procede a identificar los diferentes nichos de mercado y oportunidades de mejora; Adicional a ello se realizará un paralelo de la empresa Proyectos Concretos versus empresas que han tomado la decisión de innovar e implementar las Tics en sus estrategias de mercadeo y hoy este plan de marketing digital es exitoso y se mantiene activo.

Para un análisis eficiente y cualitativo se usará el programa Excel y en base a los resultados arrojados por las métricas, se interpretará de qué manera se va a implementar la estrategia de marketing digital.

Desarrollo de la estrategia marketing digital

El 85% de los internautas en Colombia compró vía online durante el último año un crecimiento de 9 puntos con respecto a los resultados de 2016 (Galeano.S, 2019). Además, este consumo es democrático ya que se han roto barreras en cuanto a estratos socioeconómicos y de edad. El estudio resalta los datos más importantes sobre el consumo online de los colombianos, que se resumen a continuación:

- Los productos que más se consumen vía online en Colombia son moda, electrónica y belleza por otro lado, los servicios que más se solicitan en línea son transporte urbano, comida a domicilio y viajes.
- El Smartphone resulto ser el dispositivo esencial para el consumo online de los colombianos con una penetración del 89%. De hecho, el 81% de los internautas del país

adquirieron sus productos y servicios por este canal, un crecimiento del 32% respecto a 2016 (Galeano.S, 2019)

Por lo tanto, se creará una página web con dominio propio y adicional se van a utilizar las redes sociales como Instagram, Facebook, página de Facebook y WhatsApp business para el desarrollo de la estrategia CRM.

Marco teórico

A continuación, se indican diferentes métodos que se van a implementar para el análisis de los datos y la caracterización de los clientes, el marketing y el marketing digital. En los últimos años este concepto se ha vuelto muy populares. Gracias a estas herramientas y al desarrollo de las Tics las empresas pueden desarrollar estrategias mucho más eficientes y eficaces para administrar y relacionarse con los clientes.

Marketing

Es la actividad, conjunto de procedimientos y procesos para crear, comunicar, entregar el intercambio de ofertas que tienen valor para los clientes, socios, y la sociedad en general. En otras palabras, marketing o mercadotécnica, se encarga de gestionar el área comercial de la empresa con el objeto de captar y fidelizar clientes (Giraldo. V, 2019)

Marketing digital

“El marketing digital puede definirse como el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del cliente” (Habyb S, 2017).

Como tal el marketing digital son todas las acciones que realiza la empresa para promocionar sus productos y servicios en internet, no solo se busca una venta ocasional, por el contrario, lo que se necesita o se busca, es crear relaciones comerciales duraderas y para ello se emplean todos los recursos que la web y la organización puedan desarrollar y brindar respuesta y obtener datos en tiempo real.

Estructura de un plan de marketing digital

Es un documento estructurado con el respectivo análisis de datos, objetivos, canales y demás ítems necesarios para llevar a cabo el plan de marketing con éxito.

La estructura del plan de marketing debe contener lo siguiente:

- Análisis de la situación
- Desarrollo de objetivos
- Definición de la estrategia y técnicas
- Acciones a tomar
- Medición y análisis

Siguiendo uno a uno los pasos mencionados es la forma más eficiente para crear una estrategia de marketing digital adecuada.

Se puede claramente crear un plan de marketing digital sin esta estructura, pero cabe resaltar que muy importante seguir el principio de estos lineamientos.

Estrategia CRM

Nos indica su nombre Gestión de las Relaciones con Clientes (*en inglés*, Customer Relationship Management o *CRM*). Es una estrategia de marketing basada en la implementación de las tecnologías de la comunicación e información para de esta manera entablar una relación más duradera con el cliente, pues su prioridad es tener un alto grado de comunicación con el usuario e identificar sus necesidades, básicamente una atención personalizada única y eficiente

para cada tipo de cliente. De esta manera se busca captar nuevos usuarios y fidelizar a los que ya hacen parte de la organización.

Satisfacción del Cliente

Es un referente de medición el cual nos indica en base a sus experiencias con un producto o servicio que tanto se cumplió con sus expectativas.

La satisfacción de un cliente es un KPI, un indicador muy importante pues en base a él se crean las estrategias de mejoras, se modifican procesos y se crean productos (Da Silva. D, 2021). Recordar que el cliente siempre tiene la razón y en base a esta filosofía debe adoptar las estrategias de mercadeo en su totalidad, obviamente se tienen en cuenta otros factores, pero la satisfacción del cliente hace parte de los indicadores más importantes.

Con porcentajes bajos o altos de satisfacción de cliente, cuenta con recomendaciones positivas o negativas que repercuten directamente en pérdida de clientes antiguos o disminución en la captación de clientes, o por el contrario con satisfacción alta puede captar nuevos clientes y fidelizar a los ya existentes. (Da Silva. D, 2021)

Instagram

Es un portal que permite crear un catálogo de productos muy fácil de usar y cautivador, a los clientes les encanta ver las historias, será muy eficiente realizar tutoriales de cómo realizar pequeños proyectos usando los diferentes productos; subir contenido de mini entrevistas con expertos e impulsores de las marcas.

El 90% de las cuentas en la plataforma siguen a una empresa en Instagram (Únete a millones de empresas que interactúan con comunidades activas, s.f). Más de 500 millones de cuentas usan Instagram Stories cada día (Un fenómeno cultural que conecta, s.f.). Está comprobado que empresas de todo el mundo consiguen mejores resultados con Instagram, desde las marcas más importantes hasta los negocios pequeños (Destaca tu negocio y consigue resultados comerciales reales en Instagram, s.f). Es una plataforma digital en la cual se puede publicar todos los productos, a los clientes satisfechos brindando referencias positivas sobre la calidad y servicio y los proyectos finalizados.

Instagram será más una plataforma de confiabilidad y respaldo por medio de la cual los clientes pueden constatar la calidad de los procesos y proyectos además del nivel del servicio prestado. Se espera que las ventas por Instagram sean en menor volumen pero que los seguidores aumenten y puedan visualizar el catálogo día con día.

Perfil Facebook

Facebook es la principal red social que existe en el mundo. Una red de vínculos virtuales, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos. Llegó para ampliar las posibilidades de relación social y causó una revolución sensible en el mundo de las comunicaciones. El marketing no fue ajeno a este cambio encontrando en esta modalidad un terreno fértil para nuevos conceptos y abordajes (Gonçalves. W, 2016).

La tarjeta de presentación para una empresa se convirtió en el perfil de Facebook, puedes publicar tu catálogo, realizar sesiones en vivo como entrevistas, puedes subir videos, puedes interactuar en chat directo con tus clientes y adicional es la plataforma más rica en publicaciones

de ventas con el Market Place.

Market place será una plataforma opcional para promover el nombre la organización y publicar los servicio y portafolio de la organización ya que cuenta con un gran alcance dado que es visitado por miles de usuarios diariamente.

Página de Facebook

Dos de cada tres de los usuarios de Facebook de todos los países afirman visitar la página de un negocio local una vez a la semana como mínimo. Si creas una página de Facebook, más 2.000 millones de personas en la plataforma podrán descubrir tu empresa. Piensa en tu página como una especie de tienda digital. Configurar una página comercial es gratis y sencillo, y se ve genial en computadoras y celulares. (Crea un espacio online atractivo para tu empresa, s.f.)

En la página de Facebook lo primordial será crear contenido, invitar a personas y compartir la página. En ella los clientes pueden encontrar fotos y videos de los proyectos que se van llevando a cabo, además pueden verificar en videos y testimonios la calidad de los productos.

Funciona como un canal para noticias y mantener a los clientes informados sobre novedades, nuevas corrientes y diseños, nuevos proyectos e información referente a bioarquitectura y líneas acordes a un ejercicio de construcción autosustentable.

Por este medio se puede ofrecer atención al cliente personalizado pues a través, del Facebook Messenger o enlace directo a la página web o servicio de mensajería instantánea de WhatsApp se puede brindar atención de la manera más inmediata a los clientes.

Se pueden crear eventos, promociones, comunidades y administrarlas directamente desde un solo lugar, de manera bastante eficiente y sencilla. No se requiere ser profesional en programación, un miembro de la organización puede hacerse responsable de las redes y administración de las mismas, siguiendo algunas pautas para la creación del contenido.

WhatsApp Business

Es una app gratuita para Android y Apple que permite a los pequeños y medianos negocios conectar de forma instantánea con sus clientes. Ofrece muchas ventajas para los canales comerciales, aquí las principales:

Interacción con clientes: cualquier usuario va a poder contactar directamente con el negocio de forma instantánea.

Mensajes de bienvenida: se pueden programar para todos los usuarios que escriben por primera vez.

Mensajes de ausencia: es muy útil para indicar los horarios de oficina o atención al público.

Formular respuestas rápidas: se pueden configurar mensajes automáticos para dar una respuesta rápida, antes de la atención personalizada.

Acceso a estadísticas: es una de las grandes diferencias de WhatsApp Business con una cuenta tradicional: permite medir datos de las conversaciones y envíos.

Categorizar con etiquetas: la aplicación permite clasificar a los usuarios con etiquetas, algo muy útil para seguir en detalle distintos procesos.

Catálogo de productos: se pueden subir los productos de una tienda virtual directamente a

WhatsApp para facilitar el comercio electrónico.

Consultas directas desde los anuncios de Facebook: es posible agregar los enlaces de WhatsApp en los anuncios de Facebook para que los clientes se contacten directamente.

Integración con la página web: se puede integrar colocando un botón de chat en las páginas que más interesen. Esto mejora la comunicación y la experiencia de usuario con los visitantes.

Habilitar un sistema de pagos: Facebook anunció su nuevo sistema de pagos, llamado Facebook Pay, que por ahora está disponible sólo en Estados Unidos. Esta billetera digital se podrá utilizar para hacer pagos por medio de Facebook, Messenger, WhatsApp e Instagram.

Sera la herramienta de contacto principal dado que las tres aplicaciones se entrelazan son la solución perfecta para cualquier empresa que quiera dar el salto a lo digital. (Ayuste. M, 2019)

Marco legal

En este apartado se relacionan algunas de las normas legales establecidas para las empresas, como lo son protección de datos y normas que rigen el mercado digital al igual que las normas para la contratación bajo prestación de servicios.

Ley 1581 de 2012

La ley de protección de datos personales en esta ley se contempla toda la regulación para la protección del derecho fundamental de toda persona para autorizar que su información personal pueda ser almacenada en bases de datos o archivos, así como su posterior actualización o modificación. Esta ley se aplica a las bases de datos o archivos que contengan datos personales de personas naturales.

Dato personal público: son aquellos datos que no requieren la autorización del titular de la información. (Ej. Dirección, teléfono, datos contenidos en sentencias judiciales ejecutoriadas, datos sobre el estado civil de las personas, entre otros.)

Datos personales semiprivados: Son datos que no califican de naturaleza íntima, reservada, ni pública y su conocimiento o divulgación puede ser de interés no solo a su titular, sino también a un grupo específico o la sociedad en general. Para su tramitación se requiere la autorización del titular de esta información. (Ej. Dato financiero y crediticio).

Datos personales privados: Es de Naturaleza íntimo solo interesa a su titular y para su tratamiento requiere de su autorización expresa. (Ej. Nivel de escolaridad)

Datos personales sensibles: Se debe tener una especial protección, por cuanto afecta la intimidad del titular y su tratamiento puede generar discriminación. NO puede ser objeto de modificación o divulgación a menos que sea requerido por interés vital del titular o este se encuentre incapacitado y su obtención haya sido autorizada expresamente. (Ej. Origen racial o étnico, orientación política, convicciones religiosas, datos biométricos, relativos a la salud, entre otros.) Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 17 de octubre de 2012 (Colombia).

Ley 527 de 1999

Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. No solo se limita al comercio electrónico, sin embargo, ayuda a promoverlo de manera efectiva y eficiente ya que allí se contemplan y se desarrollan las reglas de la comunicación electrónica. 1 Constitución Política de Colombia [Const]. art 2 de 18 de agosto 1999 (Colombia)

Ley 1065 de 2006

Refiere a la administración del registro de nombres del dominio de internet .co es aquella actividad a cargo del estado, y tiene como objeto, la administración, la organización y la gestión del dominio .co, esto incluye también el mantenimiento de la base de datos, los servicios de información asociados al público, el registro de nombres de dicho dominio, su funcionamiento correcto, la operación de sus servidores, incluye también la difusión de zona de dominio y demás aspectos que refieran a la práctica y definiciones de organismos internacionales competentes. El

Ministerio de Telecomunicaciones está encargado de la administración, sin embargo, puedo ser conferido a particulares de acuerdo a la ley. Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 3. 29 de julio de 2006 (Colombia).

Ley 1341 de 2009

Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Constitución Política de Colombia [Const]. Art 2 de 30 de julio 2009 (Colombia).

Ley 1978 de 2019

Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones.

“La presente Ley tiene por objeto alinear los incentivos de los agentes y autoridades del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), aumentar su certidumbre jurídica simplificar y modernizar el marco institucional del sector, focalizar las inversiones para el cierre efectivo de la brecha digital y potenciar la vinculación del sector privado en el desarrollo de los proyectos asociados, así como aumentar la eficiencia en el pago de las contraprestaciones y cargas económicas de los agentes del sector.” Constitución Política de Colombia [Const]. Art 1 de 25 de Julio 2009 (Colombia).

Artículo 34 código sustantivo del trabajo contratistas independientes

- A) Son contratistas independientes y, por tanto, verdaderos {empleadores} y no representantes ni intermediarios, las personas naturales o jurídicas que contraten la ejecución de una o varias obras o la prestación de servicios en beneficios de terceros, por un precio determinado, asumiendo todos los riesgos, para realizarlos con sus propios medios y con libertad y autonomía técnica y directiva. Pero el beneficiario del trabajo o dueño de la obra, a menos que se trate de labores extrañas a las actividades normales de su empresa o negocio, será solidariamente responsable con el contratista por el valor de los salarios y de las prestaciones e indemnizaciones a que tengan derecho los trabajadores, solidaridad que no obsta para que el beneficiario estipule con el contratista las garantías del caso o para que repita contra él lo pagado a esos trabajadores.
- B) El beneficiario del trabajo o dueño de la obra también será solidariamente responsable, en las condiciones fijadas en el inciso anterior, de las obligaciones de los subcontratistas frente a sus trabajadores, aún en el caso de que los contratistas no estén autorizados para contratar los servicios de subcontratistas. Código Sustantivo de Trabajo [CST]. Artículo 34 de 1965 (Colombia)

Artículo 2º de la Ley 1562 de 2012

Que modifica el artículo 13 del Decreto-ley 1295 de 1994, señala que son afiliados obligatorios al Sistema General de Riesgos Laborales "... las personas vinculadas a través de un contrato formal de prestación de servicios con entidades o instituciones públicas o privadas,

tales como contratos civiles, comerciales o administrativos, con una duración superior a un mes y con precisión de las situaciones de tiempo, modo y lugar en que se realiza dicha prestación".

Además, que el numeral 5 del literal a) del artículo 2° de la Ley 1562 de 2012, que modifica el artículo 13 del Decreto-ley 1295 de 1994, señala que son afiliados en forma obligatoria al

Sistema General de Riesgos Laborales *"Los trabajadores independientes que laboren en actividades catalogadas por el Ministerio de Trabajo como de alto riesgo. El pago de esta afiliación será por cuenta del contratante"*. Constitución Política de Colombia [Const]. Art 2 de 11 de Julio 2012 (Colombia)

Focalización de clientes

El estudio de focalización se llevó a cabo por medio de la encuesta, la cual se aplicó a una muestra de la población finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p(1 - p)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * (1 - p)}$$

$$n = \frac{74 * 1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{(150 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{444184992}{7143125} = 62.1$$

Donde:

n= El tamaño de la muestra

N= El universo de personas que contrataron y cotizaron con la empresa en el año 2019 y 2021.

Z= Desviación del valor medio, utilizando el valor estándar de Gauss el cual indica 95% = 1.96

e= Margen de error admitido

p= proporción que se espera encontrar en un plano pesimista donde puede ser 50-50, ya que se tiene una duda equivale a un 50%

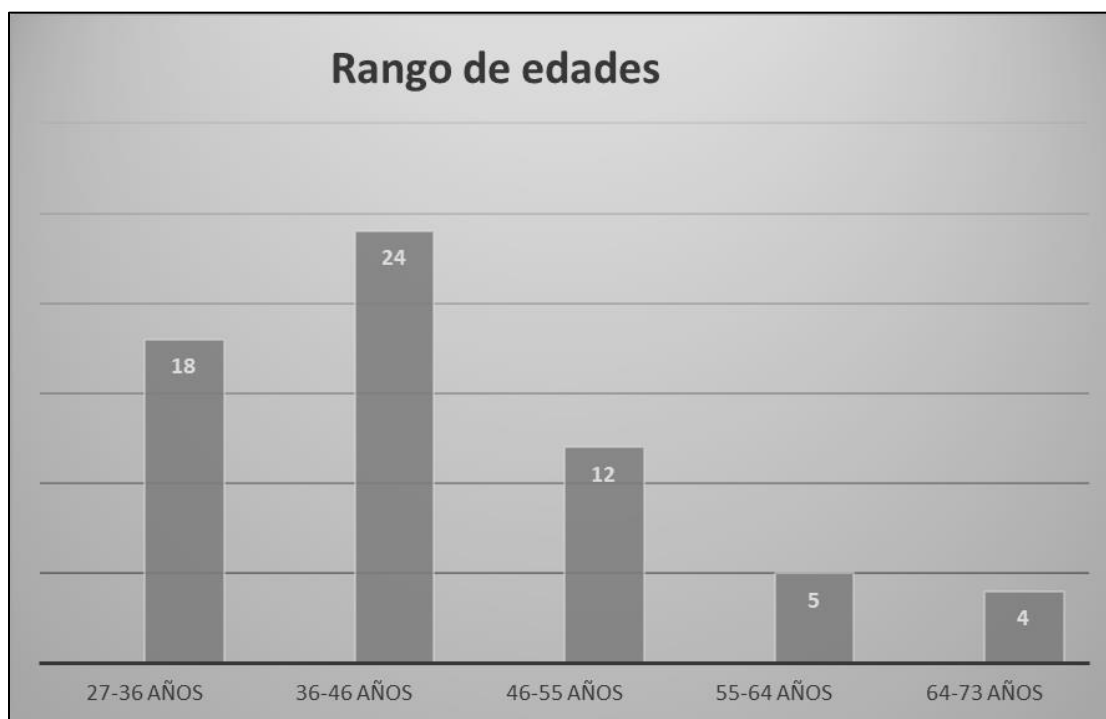
En base a los registros previos y preferencias generales de los usuarios en el mercado se procede a definir necesidades e inclinaciones de los clientes, como lo es el precio, gran calidad en los acabados, materiales y tiempos exactos de construcción. Sin embargo, más allá de estas preferencias básicas se debe que definir y hacer un perfil más exacto de los clientes y de los posibles nuevos aliados comerciales. Para conseguir esta focalización o perfilar a los usuarios se realizará entonces el respectivo análisis de datos de la encuesta aplicada.

Al realizar la encuesta utilizando una herramienta online se tiene la opción de verificar las respuestas en tiempo real y también la opción de descargar informes de manera sencilla y directa.

(Anexo B)

Análisis de la edad

Según las muestras recopiladas, las personas encuestadas están en un rango de edad de 18 a 64 años. Sin embargo, las personas que muestran algún interés en realizar algún tipo de remodelación o se interesan en remodelaciones basas en bioarquitectura, están en un rango entre los 18 a 57 años.

Figura 1 *Rango de edades*

Fuente: Propia

Nota. Datos en base a la encuesta aplicada Proyectos Concretos

Se resalta que la mayoría de las personas que muestran interés en realizar mejoras a su vivienda o muestran interés en usar materiales amigables con el medio ambiente están en un rango de edad entre los 20 años y los 40 años, lo que indica que las personas de edad mediana son clientes potenciales tanto para los proyectos de arquitectura convencional y bioarquitectura.

Figura 2 *Participación de los hombres y mujeres*



Fuente: Propia

Nota. Datos en base a la encuesta aplicada Proyectos Concretos

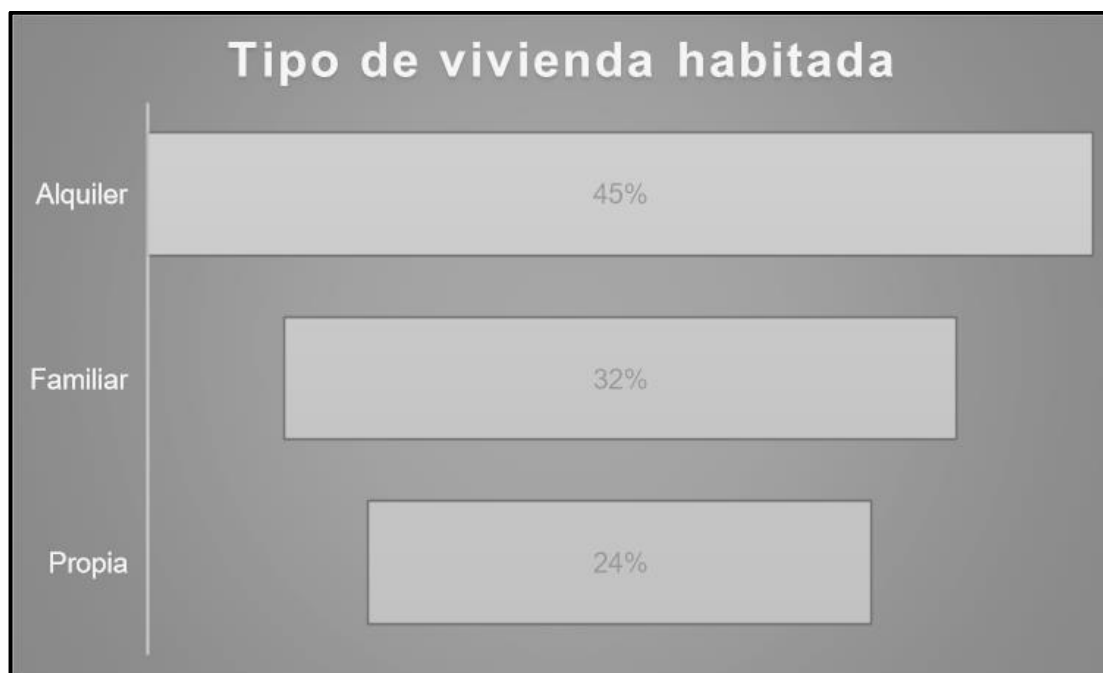
Como tal se tuvo más participación de mujeres en la encuesta, no obstante, en ambos casos la aceptación es del 50% en remodelaciones o bioarquitectura como opción para sus proyectos.

Tipo de Vivienda

Se analizaron los diferentes tipos de vivienda habitada, al sumar el 32% de encuestados que habitan vivienda familiar y el 24% que habitan vivienda propia se obtiene un 56% de encuestados que pueden y se les facilita realizar algún tipo de reforma en su vivienda, dado que la propiedad pertenece a los usuarios. En el caso de las personas que habitan viviendas de alquiler,

el proceso para realizar alguna modificación o reforma es más extenso dado que se requiere la aprobación por parte del propietario. Por esto se enfoca en este tipo de usuarios, quienes habitan vivienda propia o familiar.

Figura 3 *Tipo de vivienda habitada*

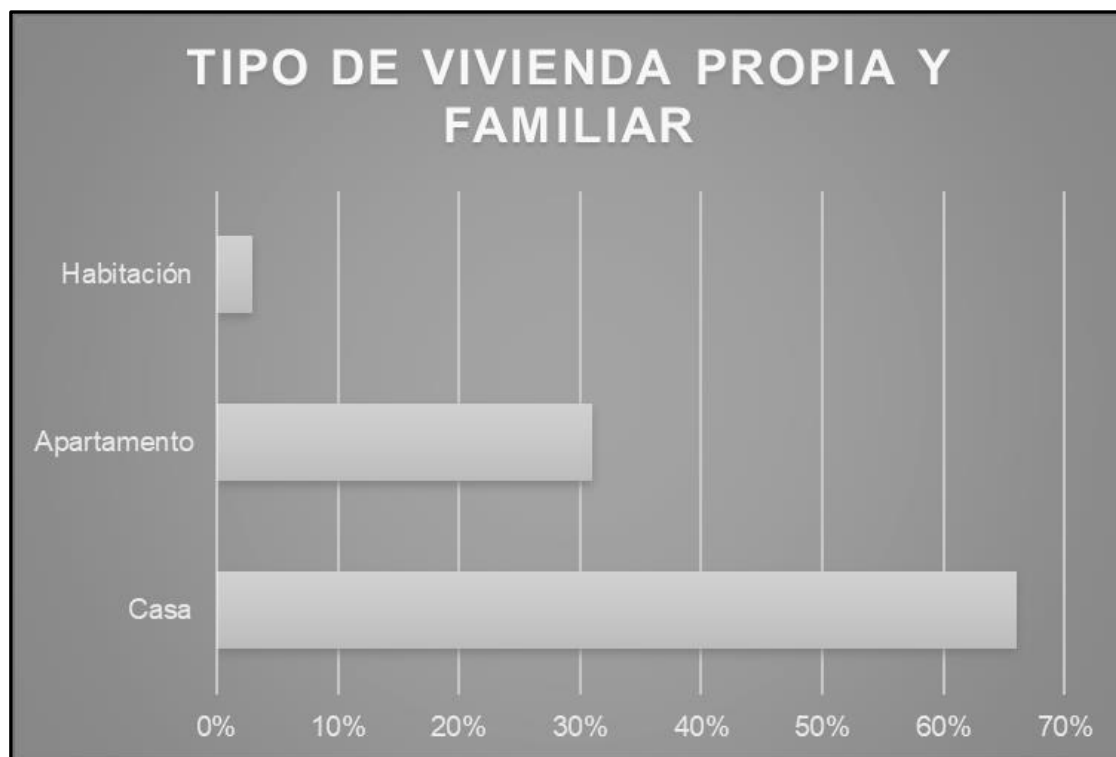


Fuente: Propia

Nota. Datos en base a la encuesta aplicada Proyectos Concretos

El 99% de las personas que están interesadas en proyectos de construcción o remodelación están ubicados en zona urbana. Se hace la observación que las personas que habitan vivienda familiar o propia lo hacen en mayor medida en casas lo cual es una ventaja a la hora de realizar modificaciones estructurales o puesta en marcha de proyectos de remodelación estética o bioarquitectónicos ya que se cuenta con una mayor independencia para los trabajos de obra.

Figura 4 *Tipo de vivienda propia y familiar*



Fuente: Propia

Nota. Datos en base a la encuesta aplicada Proyectos Concretos

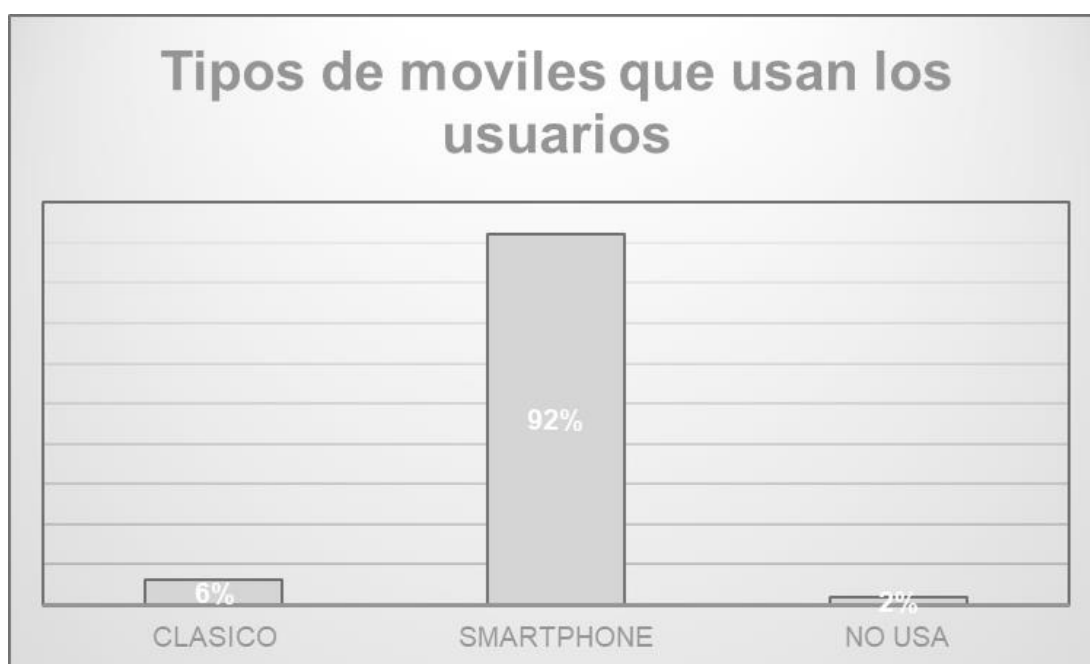
Cabe destacar que los usuarios que habitan en apartamentos son un nicho de mercado bastante interesante el cual vale la pena explorar e incluir en los perfiles de clientes potenciales.

Acceso a internet y conectividad

El 100% de las personas encuestadas tiene acceso a internet, ya sea por señal wifi o por plan de datos. Esta cifra es contundente debido a que muestra el gigantesco mercado que se puede abarcar con el uso de la estrategia digital.

El elemento que acompaña día a día a los usuarios es el celular, es el nuevo medio de comunicación por excelencia, el móvil tiene como opción conectarse a internet y por ende ingresar a páginas web y todo tipo de aplicaciones. Cualquier usuario con un móvil conectado a internet puede ver el portafolio de servicio de Proyectos Concretos y adicional a ello puede contactar directamente con la empresa, con la confiabilidad que su petición o solicitud será tramitada en la menor cantidad de tiempo.

Figura 5 *Tipo de móviles que usan los usuarios*



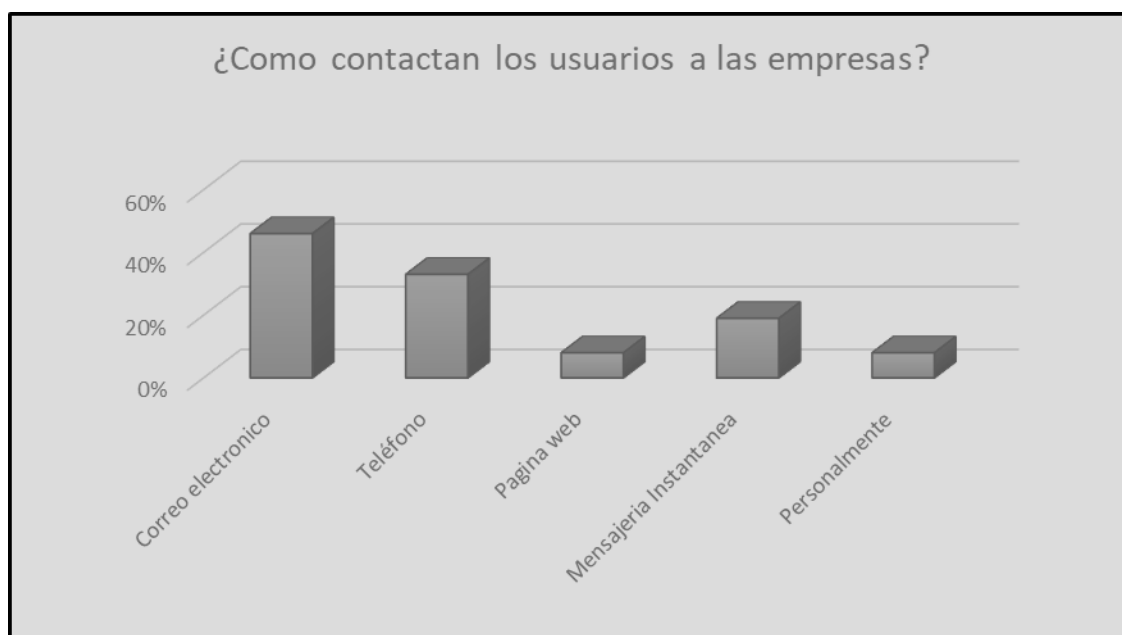
Fuente: Propia

Nota. Datos en base a la encuesta aplicada Proyectos Concretos

El 92% de los encuestados cuenta con un Smartphone el cual permite el acceso a los canales de contacto y al brochure digital de Proyectos Concretos en cualquier momento. En la gráfica se puede evidenciar que solo 9 personas de la muestra total desean contactar con las

empresas por medio personal de esta manera se ratifica que los usuarios hoy por hoy prefieren llevar a cabo el contacto con las empresas de manera rápida y eficiente sin la necesidad de acercarse físicamente a las instalaciones.

Figura 6 *¿Como contactan los usuarios?*



Fuente: Propia

Nota. Datos en base a la encuesta aplicada Proyectos Concretos

Dados estos interesantes datos es evidente que al crear la estrategia de marketing digital basado en un servicio CRM se incursionará en un nicho de mercado amplio y creciente, adicional a ello la experiencia del cliente será personalizada y única ya que la comunicación será fluida y directa, eficiente y eficaz, además cualquier persona podrá acceder al portafolio de servicio o visualizar los perfiles de la organización simplemente con dar un clic. Es parte de la estrategia de marketing digital crear material interesante y llamativo para que los posibles socios se decanten

por las opciones que Proyectos Concretos ofrece, con un estilo único y que proyecta seguridad y confianza.

Implementación estrategia de marketing digital

Basados en el análisis de datos y focalizando los clientes, se crea entonces la estrategia de marketing digital, enfocando principalmente en cuatro herramientas, Facebook tanto su portal web y página, Instagram con su cuenta de empresa, WhatsApp business y finalmente la página web de la empresa.

Perfil de Facebook

En el perfil de Facebook se encuentra la información básica de la empresa, nombre, algunas fotos, canales de contacto y links directos con las demás redes sociales. Con la invitación de amigos se busca vincular a las personas que han trabajado de la mano con la organización, como proveedores, antiguos empleados y clientes (*Anexo C*)

Página de Facebook

En la página de Facebook el usuario va a encontrar el canal de contacto directo, el botón para acceder al WhatsApp business y poder iniciar un chat directo con Proyectos Concretos, encontrara además el acceso a Messenger Facebook y de esta manera también conversar directamente con la organización.

Allí se puede visualizar contenido digital de interés, como videos informativos, obras, proyectos en ejecución, material de técnicas de construcción, también se puede encontrar material sobre energías sustentables, al igual que referencias de los materiales que se usan y enlaces a las páginas de proveedores.

El usuario encontrara gran cantidad de fotos y videos, promociones y eventos; En general es una oficina virtual en donde se postea toda la información que puede interesar a los usuarios y funciona a su vez con un canal directo para contacto (*Anexo D*)

Instagram

La plataforma de Instagram, será la tarjeta de presentación, donde el usuario va a encontrar de manera muy estética todo el material de contenido, tanto videos como fotos, además entrevistas y botones para el contacto por mensajería instantánea al igual que el vínculo con WhatsApp business. Instagram es una de las mejores plataformas para dar a conocer las empresas pyme por la gran interacción que permite con el usuario y adicional el contenido es directo y segmentado (*Anexo E*)

Gmail

Se crea la cuenta de correo Gmail, que no es solo un servicio para recibir correos electrónicos, esta cuenta permite cargar documentos para trabajarlos en línea, cargar material de interés para los usuarios internos y externos adicional, adicional permite la creación de encuestas necesarias para la mejore continua de todos los procesos de la organización; la dirección de correo electrónico es la siguiente ProyectosconcretosS@gmail.com .

WhatsApp Business

Es la herramienta para contacto por excelencia, se pueden realizar llamadas por medio de la app como interactuar por medio de mensajería instantánea con los asesores, WhatsApp business

permite también tener un brochure actualizado, adicional tiene la opción de crear mensajes masivos para ofertar promociones y eventos. Allí el usuario puede validar el horario de atención de la empresa. Es una aplicación eficiente que brinda demasiados beneficios a los usuarios y a la organización; con historias, catálogos, ofertas y material de interés se busca mantener la atención de empleados y clientes, cualquier duda o inquietud simplemente proceden con una llamada totalmente gratuita pues se realiza por medio de la app o simplemente se envía un mensaje que será contestado en el menor tiempo posible de preferencia al instante (Anexo F)

El número de contacto y por medio del cual se tiene acceso a Proyectos Concretos por medio de la aplicación digital WhatsApp business es +57 3044084680

Página web

La página web brinda respaldo y trazabilidad como empresa, una página donde el cliente puede acceder fácil y rápido, donde puede visualizar los canales para contactar directamente. Es una plataforma informativa donde se puede visualizar los inicios de la empresa, su misión, visión e información general. Su actualización no será tan periódica como el contenido de las redes sociales, debido al servidor que se usa, en promedio se actualizaría una vez cada 4 meses (Anexo G)

Plan de mejoramiento estrategia de marketing digital

Se plantean algunas modificaciones a realizar luego de la implementación de la estrategia de marketing conforme a los resultados obtenidos, dichas modificaciones se centran en:

- La modificación del logo e implementación del mismo en los perfiles y página de contacto.
- Implementación de estrategias para conseguir nuevos usuarios que sigan las páginas y contacten con Proyectos Concretos.
- El cambio de plataforma y el aspecto estético de la página web ya que su apariencia y su dominio no tenían el efecto esperado.

Modificación logo

El logo es un factor fundamental que la empresa ha manejado de manera genérica, como estrategia para crear identidad y recordación se plantea dar más impulso a este elemento tan importante y que su visualización sea más frecuente, el logo creado para la propuesta no ha sido aceptado y los socios están un poco reacios al cambio manifiestan que solo quieren realizar pequeñas modificaciones paulatinamente, sin embargo, quieren seguir usando la imagen de antaño (Anexo H)

Con las iniciales de la empresa y con colores naranja y gris se realizará la implementación del logo en todas las redes sociales, el color naranja es usado comúnmente en construcción y el gris hace referencia al concreto. Al ser una imagen que han manejado de durante sus primeros años los socios se sienten representados, la selección de colores es interesante bastaría con algunas modificaciones pequeñas y estéticas para la comodidad y confianza de los directivos.

Creación de contenido redes sociales

Se inicia con la creación de contenido con algunos videos e imágenes, referentes a la actividad de la empresa. El contenido debe ser de alto interés, con un mensaje claro y corto. Dirigido a clientes que ya han contratado los servicios y aquellos que pueden estar interesados en contactar con la empresa para asesoramiento y posiblemente requerir el portafolio ofertado por Proyectos Concretos. Es importante que el contenido pueda llegar al máximo de personas por lo cual es de vital importancia, actualizar datos y actualizar las redes sociales; Al menos una vez al mes se debe cargar un video a la plataforma y constantemente fotos e historias en las redes sociales que se están implementando en la estrategia de marketing digital, Instagram, Facebook, WhatsApp Business y la página web.

Obtener más seguidores en redes sociales

Facebook:

Se inicia con la estrategia de marketing digital en la plataforma de Facebook en el mes de noviembre del año 2021 con cero amigos en el perfil y cero seguidores en la página del aplicativo, luego de un mes de trabajo en esta red social (21 de diciembre del 2021) el perfil cuenta con treientos sesenta amigos y once usuarios en la página. Lo ideal es que por medio de publicaciones de interés se logre aumentar el número de personas asociadas en los dos aplicativos. Una opción que se evalúa es usar una de las herramientas de la aplicación donde por un pago el alcance de las publicaciones llega a 10, 100, o 1000 personas. Se espera la aprobación del presupuesto para implementar esa opción a partir de la última semana de marzo del 2022. Para el 14 de marzo se debe contar con e publicaciones 11 incluyendo fotos y videos además

como mínimo de 800 usuarios vinculados sumando la totalidad de miembros de la página y amigos en el perfil de Facebook.

Instagram:

Se inicia con el perfil de Instagram en el mes de noviembre del 2021 con cero seguidores, un mes después de iniciar la estrategia de marketing digital (21 de diciembre del 2021) la página cuenta con 110 usuarios y 5 publicaciones con material y contenido creado para captar atención y expectativas en los posibles clientes. Es muy importante el contenido que se carga en la plataforma Instagram pues es la predilecta por los emprendedores y personas que desean acceder a servicios y productos online, además se proyecta aun con más crecimiento para los próximos años. Se debe crear contenido de mayor interés implementando videos cortos y fotos de proyectos que ya ha realizado la empresa para generar confiabilidad en los clientes. Para el 14 de marzo del 2022 se debe contar 200 seguidores y 10 publicaciones con proyectos que se hayan realizado o diseños originales de futuros proyectos.

WhatsApp Business:

Una herramienta fundamental en la comunicación por mensajería instantánea, presta un servicio de llamadas gratuitas, en ella se observa el portafolio de servicio, horarios de atención, dirección de contacto, eventos creados directamente en Facebook que se enlazan con esta app, noticias y estados actualizados. No es una red social como tal, pero tiene todos los beneficios de esta.

Como estrategia global para obtener seguidores en todas las plataformas digitales donde se tiene un perfil creado, se realizará la contratación de un influencer para pautar en su sitio web

de mayor alcance como puede ser Instagram o Facebook y de esta manera maximizar la visibilidad de la empresa y posicionarse como marca. Las páginas como Facebook e Instagram permiten expandir y crear anuncios y promociones también se tiene la opción de seleccionar el alcance que se quiere llegar, va desde 10, 100, 1000 usuarios y el tiempo que se quiere tener pautado, aplica condiciones y restricciones de cada aplicación sin embargo la metodología es muy similar, el costo del anuncio dependerá del tiempo y rango de personas seleccionado. Se propone realizar este tipo inversión en las redes sociales de mayor impacto, Instagram y Facebook durante los primeros cuatro meses del inicio de la estrategia de marketing.

Modificación y mejora de la página web

Se plantean algunas mejoras importantes a la página web, utilizando una plataforma diferente que permita su modificación de manera rápida y fácil. Se debe encontrar una herramienta que permita al cliente estar al tanto de todos los proyectos que está ejecutando o ha ejecutado la empresa y de esta manera se genere más confianza, con imágenes, videos y reseñas de los colaboradores se quiere reafirmar la experiencia que tiene la organización para llevar a cabo cualquier tipo de proyecto ofertado en el portafolio. Se busca un ambiente más fluido donde el usuario de internet encuentra el contacto de mensajería instantánea fácilmente, teléfono, dirección y el formulario de contacto. Es de vital importancia mantener actualizada la página y alimentarla con el contenido respectivo para la tranquilidad del cliente y mejor experiencia del mismo.

Resultados obtenidos

Se realiza la entrega del proyecto marketing digital a la empresa Proyectos Concretos donde se cumple a cabalidad con los ítems planteados durante el inicio y ejecución del proyecto.

Un Logo Que Identifica y Genera confianza

Con su imagen de antaño, pero con mejoras estéticas, se le ha dado la relevancia al logo de Proyectos Concretos, se encuentra en todas las plataformas digitales como gran protagonista. Sus colores Naranja y Gris causan impacto positivo llamativo y causan mayor de recordación en los usuarios (Anexo I)

Contenido Que Llega a Los Usuarios En Las Redes Sociales:

En cuanto a las redes sociales se buscaba un numero estratégico de usuarios a conseguir y un numero de publicaciones y contenido digital a crear:

Facebook:

En el perfil de Facebook el 30 de marzo del 2022 se evidencia que consiguieron 914 amigos, se cargaron 12 fotos y 2 videos (Anexo J). La página de Facebook para esta fecha tiene 64 seguidores (Anexo K). La interacción en Facebook ha sido interesante pues denota interés por parte de los usuarios y sus consultas son referente sobre la experiencia de la empresa y cual el portafolio. La página web tiene una herramienta para verificar las métricas y el alcen de la página, en base a estas métricas se ha cumplido con llegar a más usuarios (Anexo L)

Instagram:

El 30 de marzo del 2022 se evidencia en la plataforma Instagram 270 seguidores, se cargaron 18 fotos y videos en dicho perfil. La interacción en esta plataforma no ha representado

mayor interacción con los usuarios, sin embargo, se ha derivado a los usuarios al perfil para que visualicen en un ambiente diferente el contenido creado, se espera mayor recordación en la medida que el contenido digital vaya creciendo dentro del perfil (*Anexo M*). Las publicaciones de Instagram tienen un gran alcance, aun cuando la comunicación no es están fluida con los usuarios, se puede verificar que están al pendiente del material compartido, estos resultados son verificables con la herramienta de estadísticas, en este caso puntual se cumple con una gran acogida con las publicaciones realizadas.

WhatsApp Business:

Es el centro de mando de la empresa Proyectos Concretos, vinculadas las plataformas Facebook e Instagram, cuenta con un Brochure y ligado sitio web de la empresa, tiene la opción de recibir llamadas y chat, se han programado respuestas automáticas para responder inmediatamente a cada mensaje de los usuarios (*Anexo N*)

Se ha tenido gran acogida y comunicación por este medio, el día 30 de marzo del 2022 se han logrado concretar algunas solicitudes formales de diseños (*Anexo O*)

Una Página Web de Acercamiento y CRM

En busca de la excelencia y la creación de una estrategia de marketing digital completa, eficiente y eficaz, se modificó la página web inicialmente creada, se migro a un nuevo dominio que permite la fácil edición del sitio web y de esta manera se logra mantener a los usuarios al tanto de las acciones, proyectos y eventos de la organización, se han logrado concretar algunos proyectos por este medio (*Anexo P*); se implementaron botones para el contacto con el cliente visibles y de fácil acceso, así como también se cargaron imágenes de los proyectos llevados a

cabo por la empresa para representar confianza. Adicional a ello el ambiente que se proyecta en este nuevo web site es más estético y llamativa lo cual causa el impacto deseado en los usuarios. Se verifica que tanto los links y botones de contacto están activos y en funcionamiento total, al igual que la dirección de envió del formulario digital (*Anexo Q*)

Conclusiones

El emprendimiento en Colombia es una corriente que vienen creciendo en los últimos años, las herramientas digitales han facilitado a los emprendedores la incursión y establecimiento en el mercado. Proyectos Concretos es una microempresa con todo el potencial para resaltar frente a sus grandes competidores ya que esta organización cuenta con su propio sello y esencia, está enfocada a soluciones amigables con el medio ambiente y diseños bioarquitectónicos, estas características hacen de la organización pionera en la región y con un nicho de mercado por explorar y explotar. Por medio de la implementación de su web site y perfiles en redes sociales se logra transmitir esta esencia y ADN que capta la atención de los usuarios y los impulsa a conocer más de los trabajos y proyectos de la empresa.

Es indispensable para cualquier organización contar con una estrategia de marketing digital dado que el usuario promedio de internet verifica la fiabilidad de una compañía en base a la información que encuentra de la misma en los ambientes virtuales. Los resultados de la investigación nos indicaron que el 92% de los usuarios encuestados tienen un smartphone y el 100% de los usuarios encuestados están conectados a internet, por ellos son miles y miles de posibles nuevos socios a los cuales tiene la misión de llegar la organización por medio de su estrategia de marketing, contenido único y que trasmita su esencia, confiabilidad, experiencia y disciplina.

Atrás están quedando los días en que las personas únicamente podían contactar a una empresa por medio telefónico o personal, años anteriores esta era la única forma garantizada para hacer llegar el mensaje que usualmente se trataba de una reclamación. El panorama mundial ha cambiado y las empresas hoy en día enfocan gran parte de sus esfuerzos y basan su gestión en la

implementación de canales de contacto dispuestos para los usuarios, adicionalmente basan sus estrategias en las necesidades del cliente y están dispuestos a escuchar a cada uno de sus socios y prestar una atención personalizada. La implementación de canales PQR en la empresa Proyectos Concretos brinda confiabilidad en la medida que los tiempos de respuesta sean óptimos, sin duda alguna si el usuario no obtiene una contestación la organización pierde credibilidad y confianza. Por ende, ya se cuenta con los canales de contacto y los clientes tienen el acceso a ellos, como los son contacto por redes sociales, número telefónico, formulario virtual en web site y chat directo por medio de aplicaciones; no obstante, si no se gestionan o se administran de manera correcta la estrategia de marketing digital no tendrá los resultados esperados.

Recomendaciones

Parte del éxito de todo proyecto está basado en el seguimiento y control que se ejerce sobre el mismo; si no se ejecutan la respectiva actualización de los perfiles y pagina web que se han creado, muy probablemente esta solución digital no vaya a tener el impacto deseado, es por ellos que se indica a los miembros de Proyectos Concretos realizar por lo menos 4 publicaciones de contenido fijo, fotos o videos subidos a la plataforma cada dos meses, y cargar historias y contenido temporal por lo menos una vez al día. De esta manera se garantiza que los usuarios noten el dinamismo de la empresa en estos ambientes y se animen a consultar y contactar. La información siempre tiene que estar actualizada, si se realiza un nuevo proyecto o se cambia algún dato de contacto debe ser modificado inmediatamente en todas las plataformas digitales.

Es necesario delegar a un funcionario de la organización para que realice las modificaciones respectivas a los perfiles y pagina web, adicional a ello será la persona encargada de responder oportunamente las solicitudes de los clientes y en mayor medida el creador del contenido cargado a las diferentes plataformas digitales. Si la empresa Proyectos Concretos no encuentra un colaborador que tenga las competencias necesarias para las actividades planteadas, se propone contratar a un Community Manager, persona dedicada especialmente a la administración de páginas de contenido digital. Se garantizaría de esta manera sus páginas de contacto estarían actualizadas y en manos de un profesional y el proyecto perdurara y se obtendrán resultados en mayor medida.

Es evidente que se vive en una era donde el tiempo es un recurso valioso y la comunicación inmediata ha cambiado la forma de relacionar a los seres humanos. Las

organizaciones deben enfocar sus esfuerzos en manejar una comunicación directa y eficiente con los clientes, una relación interactiva y fluida, donde se le dé la importancia requerida a las solicitudes de cada usuario y además se le brinde una respuesta rápida y oportuna. Básicamente un plus que ofrece Proyectos Concretos que lo ayudara a posicionarse frente a la competencia son todos los canales de comunicación que se han creado, pues con solo dar un clic cualquier persona del común tiene la opción de conocer el portafolio de la organización. La recomendación frente a esta estrategia es que se siga enfocando el servicio a las necesidades del cliente y de esta forma personalizar cada gestión cada proyecto, cada sugerencia y modificación que reporten los socios y de esta manera sigan siendo el eje vertebral para cada proceso que se lleva a cabo.

Como recomendación final se propone la contratación de un influencer para promocionar eventos y el portafolio de servicio, adicional a ello cada que se lleve a cabo un proyecto se haga la debida publicidad. Recordar que los precios de estos influenciadores varían por el alcance que tengan de usuarios, el tiempo que dure el anuncio en su perfil de Instagram o Facebook y las veces que se quiere sea repetido. Es claro que el contenido que la mejor forma de promocionar una marca es estas personas especialistas en llegar al público en general.

Referencias Bibliográficas

Santa, M. (15 de abril de 2020). *Desempeño reciente del sector construcción y perspectivas 2020*. La República. <https://www.larepublica.co/analisis/mauricio-santa-maria---anif-2941063/desempeno-del-sector-construccion-y-perspectivas-2020-2991939>

Galeano, S. (7 de septiembre de 2019). *Así es el consumo online de los colombianos: el 74% ha comprado servicios en línea*. Marketing Ecommerce. <https://marketing4ecommerce.co/alkomprar-opiniones/>

Biblioteca digital Univalle .SF *archivo recuperado*. Univalle <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19022/0602483.pdf?sequence=1>

Giraldo, V. (2019). *Mercadotecnia: conoce sus principales conceptos, objetivos, ejemplos y funciones en la sociedad*. Recuperado el 13 de octubre de 2019, de rockcontent web site: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-mercadotecnia/>

Instagram Storys (s.f). *Un fenómeno cultural que conecta* artículo. **Instagram**. Recuperado de https://business.instagram.com/a/stories/overview?locale=es_LA [2019].

Instagram Business (s.f). *Destaca tu negocio y consigue resultados comerciales reales en Instagram*. Recuperado de https://business.instagram.com/?locale=es_LA [2019].

Facebook Business (s.f). *Crea un espacio online atractivo para tu empresa*

Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/business/pages> [2019]

Sánchez, C. (05 de febrero de 2020). ¿Cómo citar una Página Web? Normas APA (7ma edición).

<https://normas-apa.org/referencias/citar-pagina-web/>

Sánchez, C. (05 de febrero de 2020). ¿Cómo citar una Página Web? Normas APA (7ma edición).

<https://normas-apa.org/referencias/citar-pagina-web/>

González Gaya, C. y Domingo Navas, R. (2013). Técnicas de mejora de la calidad. UNED -

Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado de <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/48633?page=12](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/48633?page=12)

López Lemos, P. (2015). Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según ISO

9001:2015. FC Editorial. Recuperado de <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/114208?page=8](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/114208?page=8)

Marcelino, A. M., & Ramírez, H. D. (2015). Administración de la calidad: nuevas perspectivas.

Recuperado de <https://elibrnet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/39376?page=1>

Ministerio de la Protección Social. Colombia (2003). Decreto 933 de 2003. Por medio del cual se reglamenta el Contrato de Aprendizaje y se dictan otras disposiciones.;10 p. Recuperado del sitio web:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/DECRETO-0933-2003.pdf>

Ortega Reyes, A. O. (2015). Elemental, mi querido consultor: diagnóstico organizacional al estilo Sherlock Holmes. Grupo Editorial Patria. Recuperado del sitio web: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/114226?page=195>

Anexos

Anexo A *Encuesta Proyectos concretos*

Queremos saber un poco ms de ti

1. Nombre y apellido:

2. Edad:

3. Sexo:

4. Estado civil:

- Casado
- Soltero
- Divorciado
- Unión libre

5. Tipo de vivienda

- Propia
- Familiar
- Alquiler

6. Está ubicada en Zona:

- Rural
- Urbana

7. ¿Qué tipo de vivienda ocupa usted?

- Casa
- Apartamento
- Habitación
- Otro

8. ¿Cuántas personas viven con usted?

- Vive solo
- De 2 a 4 personas
- De 4 a 7 personas
- De 8 a 10 personas

9. Nivel de estudio:

- Bachiller
- Técnico
- Tecnólogo
- Pregrado
- Otro

10. Ocupación actual:

11. ¿Actualmente se encuentra estudiando?

- Si
- No

12. ¿Qué opina usted de las prácticas de construcción amigables con el medio ambiente?

- No sé nada del tema
- No me interesa
- Me gustaría conocer más del tema
- Me parece algo positivo

13. ¿Promueve el reciclaje en su casa?

- Si
- No

14. ¿Desea modificar o hacer algún tipo de reforma en su lugar de residencia?

- Si
- No
- Tal vez

15. ¿Le gustaría remodelar su lugar de vivienda o realizar una mejora, usando material orgánico y más amigables con el medio ambiente?

- Si
- No

16. ¿Tiene acceso a internet?

- Si
- No

17. ¿Qué tipo de celular tiene?

- Smart pone
- Clásico
- No usa celular

18. ¿Qué medio de contacto prefiere usted con una empresa?

- Teléfono
- Correo electrónico
- Mensajería instantánea
- Página web
- Personalmente

Anexo B Resultados Encuesta Proyectos Concretos

Edad	Sexo	Tipo vivienda	¿Qué tipo de vivienda ocupa usted?	¿Cuántas personas viven con Usted?	¿Le gustaría remodelar su lugar de vivienda o realizar una mejora, usando material orgánico y más amigables con el medio ambiente?	¿Tiene acceso a internet?	¿Qué tipo de celular tiene?	¿Qué medio de contacto prefiere usted con una empresa?
24	Masculino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Clásico	Correo electrónico, Pagina web
26	Femenino	Familiar	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Página web
24	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea
23	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea
57 años	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico, Mensajería

								instantánea, Pagina web
37	Femenino	En alquiler	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
18	Femenino	Familiar	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Pagina web, Personalmente
31	Masculino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono
		En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono
28	Femenino	Familiar	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Pagina web
24	Masculino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea
23	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Personalmente
32	Femenino	Familiar	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Página web
32	Masculino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
26 años	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
38	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico

36	Femenino	En alquiler	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
35	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
21 años	Masculino	Familiar	Casa	8 a 10 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
30	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea
39	Femenino	Propia	Apartamento	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
32	Femenino	Familiar	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Pagina web
32	Femenino	Familiar	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Mensajería instantánea
25	Femenino	Familiar	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico, Personalmente
28	Femenino	Propia	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
30	Femenino	En alquiler	Apartamento	Vive solo	Sí	Si	Smartphone	Personalmente
28	Femenino	Familiar	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono
25	Masculino	Propia	Apartamento	Vive solo	Sí	Si	Clásico	Correo electrónico
40	Femenino	Familiar	Apartamento	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Mensajería instantánea

41	Masculino	Propia	Apartamento	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
30	Masculino	En alquiler	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Personalmente
22	Femenino	Familiar	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
29	Femenino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono
29	Masculino	Familiar	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico
31	Masculino	Familiar	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
52	Femenino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Página web
48	Femenino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico
42	Masculino	Propia	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Página web
43	Masculino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Página web
40	Masculino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Personalmente
57	Femenino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico, Mensajería instantánea, Pagina web, Personalmente

58	Femenino	Familiar	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Clásico	Teléfono
29	Femenino	En alquiler	Otro	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Pagina web
26	Femenino	Familiar	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico
64	Masculino	Propia	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Personalmente
35	Femenino	Familiar	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico
26	Femenino	En alquiler	Casa	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Correo electrónico, Mensajería instantánea, Pagina web
30	Masculino	Familiar	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea
37	Masculino	En alquiler	Otro	Vive solo	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea
26	Masculino	Familiar	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico

46	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Mensajería instantánea, Pagina web
51	Masculino	En alquiler	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Pagina web
19	Femenino	Familiar	Habitación	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea, Pagina web
38	Femenino	Propia	Casa	4 a 7 personas	Sí	Si	Smartphone	Teléfono, Pagina web
23	Femenino	En alquiler	Apartamento	2 a 4 personas	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Mensajería instantánea, Pagina web
48	Femenino	Propia	Casa	Vive solo	Sí	Si	Smartphone	Correo electrónico, Pagina web, Personalmente

Fuente: Andrea Natalia Quevedo <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1-SEQTWhw4sUwiCEM57H3ABQ711X-X4QoJOb9wTRU0Cw/edit#gid=29808821>

Anexo C *Perfil de Facebook*



Fuente: Perfil de Facebook 2021, ((1) Proyectos Concretos | Facebook)

Anexo D *Página de Facebook*



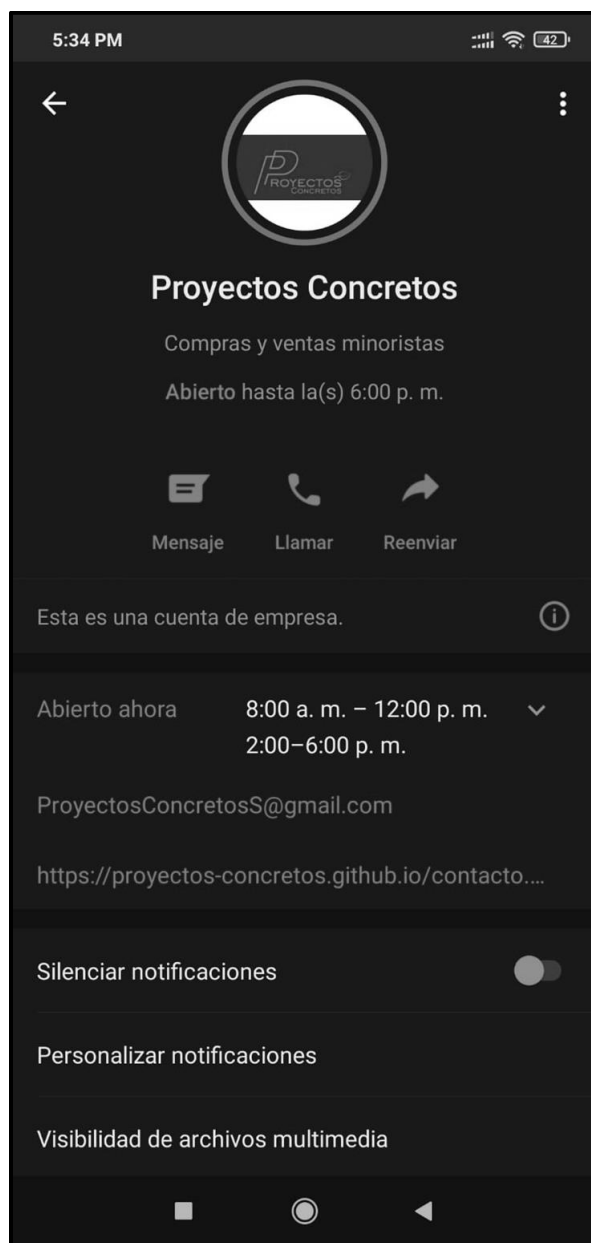
Fuente: Pagina de Facebook 2021

(<https://www.facebook.com/profile.php?id=100070834694662>)

Anexo E Perfil Instagram

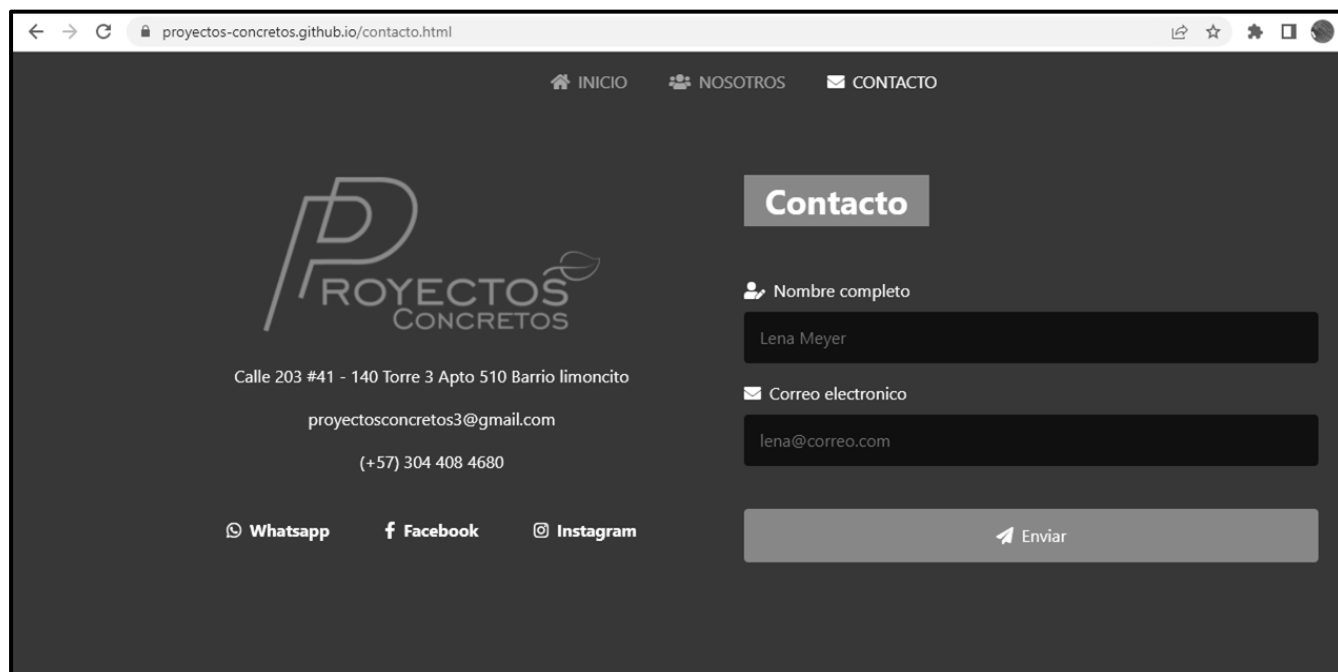
Fuente: Aplicación de Instagram 2021, (Proyectos Concretos (@proyectosconcretos) • Fotos y videos de Instagram)

Anexo F Perfil Whats app business



Fuente: Aplicación de WhatsApp Business 2021,
(https://api.whatsapp.com/message/5ZUFLIEKCCXRG1?autoload=1&app_absent=0)

Anexo G *Página Web*



The screenshot shows a web browser window with the URL `proyectos-concretos.github.io/contacto.html`. The page has a dark theme and a navigation menu with links for `INICIO`, `NOSOTROS`, and `CONTACTO`. The main content area features the logo for `PROYECTOS CONCRETOS`, which consists of a large stylized 'P' followed by the text 'PROYECTOS CONCRETOS'. Below the logo, the contact information is listed: `Calle 203 #41 - 140 Torre 3 Apto 510 Barrio limoncito`, `proyectosconcretos3@gmail.com`, and `(+57) 304 408 4680`. At the bottom of this section are social media icons for `Whatsapp`, `Facebook`, and `Instagram`. On the right side, there is a contact form titled `Contacto`. It includes two input fields: one for `Nombre completo` with the text `Lena Meyer` and another for `Correo electronico` with the text `lena@correo.com`. A large `Enviar` button is positioned at the bottom of the form.

Fuente: Propia

Nota. Página web Proyectos Concretos, github.io 2022, (<https://proyectos-concretos.github.io/contacto>)

Anexo H *Logo*



Fuente: Propia

Nota. Logo creado para la estrategia de marketing digital

Anexo I *Logo final*



Fuente: Propia.

Anexo J Perfil de Facebook actualizado



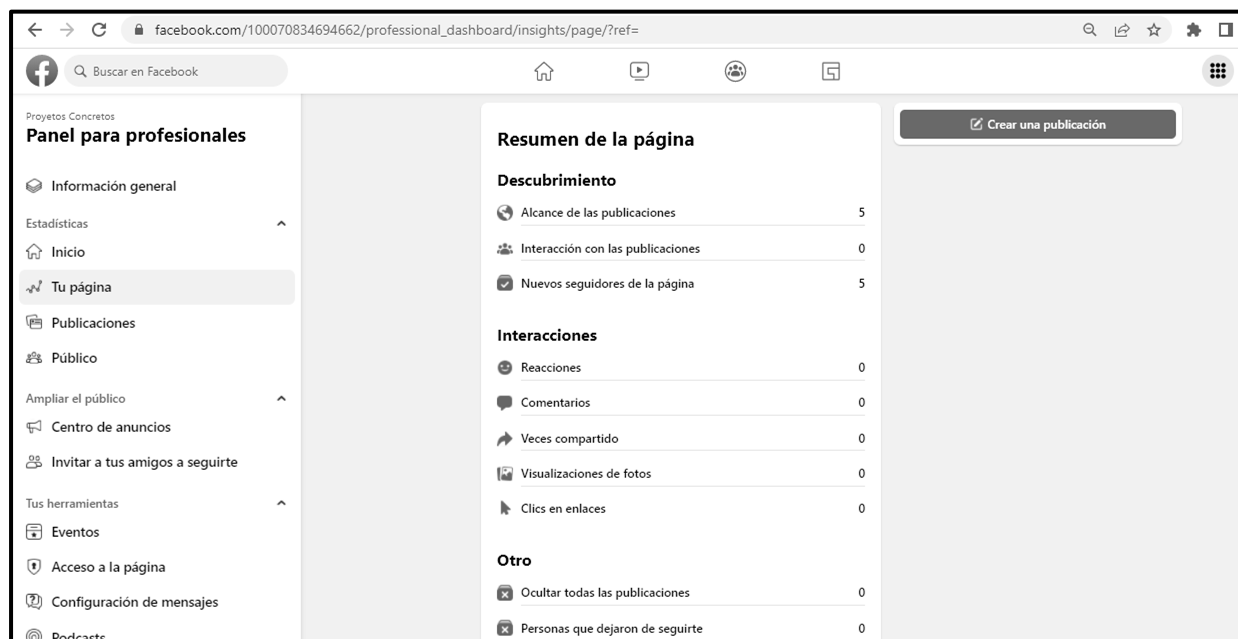
Fuente: Captura de pantalla, Perfil de Facebook 2022, ((1) Proyectos Concretos | Facebook)

Anexo K *Página Facebook Actualizada*

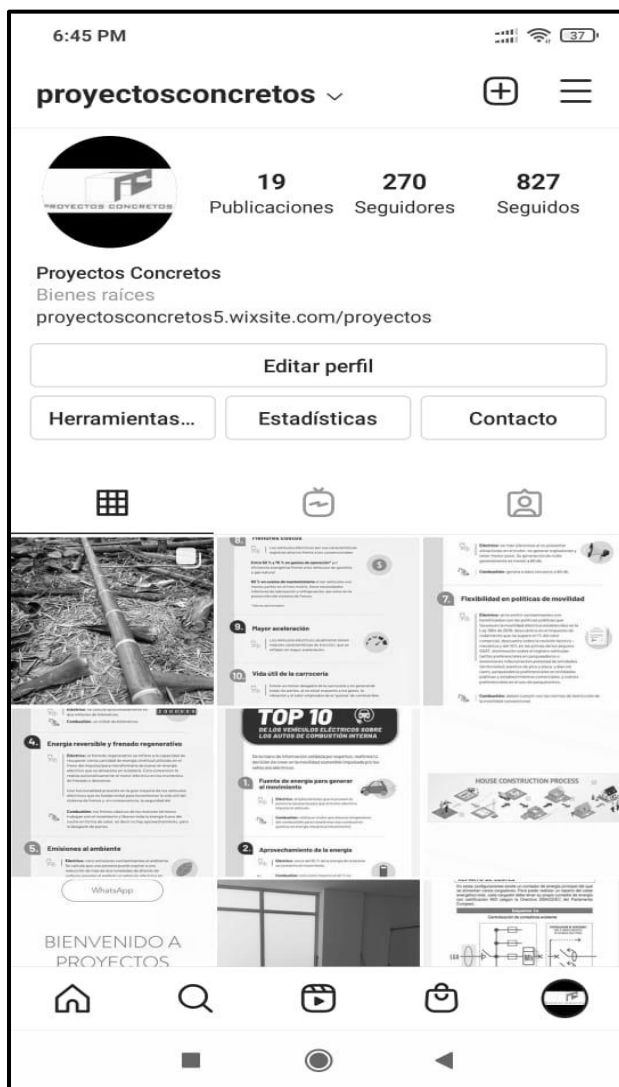


Fuente: Captura de pantalla, Pagina de Facebook 2022,
(https://www.facebook.com/profile.php?id=100070834694662&show_switched_toast=true)

Anexo L Alcance de la página Facebook

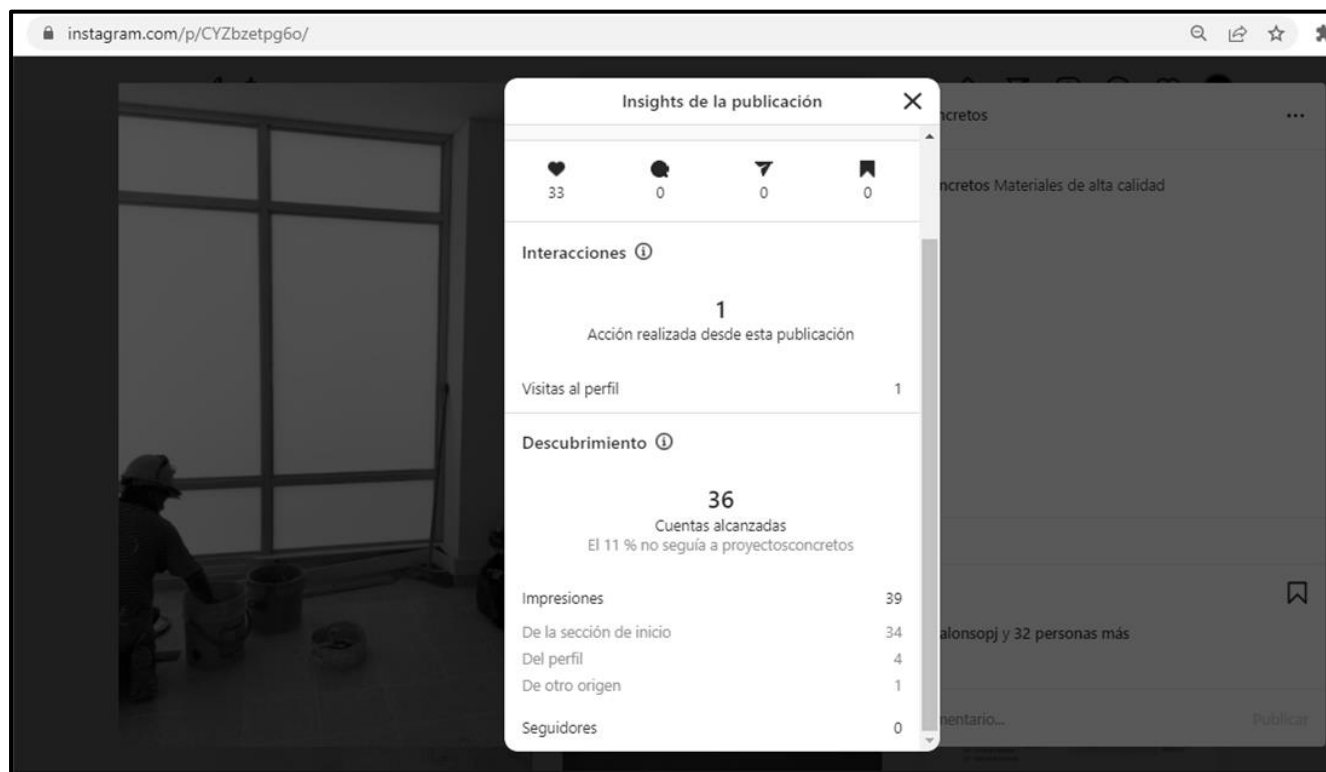


Fuente: Captura de pantalla, Pagina de Facebook 2022,
(https://www.facebook.com/profile.php?id=100070834694662&show_switched_toast=true)

Anexo M *Perfil Instagram actualizado*

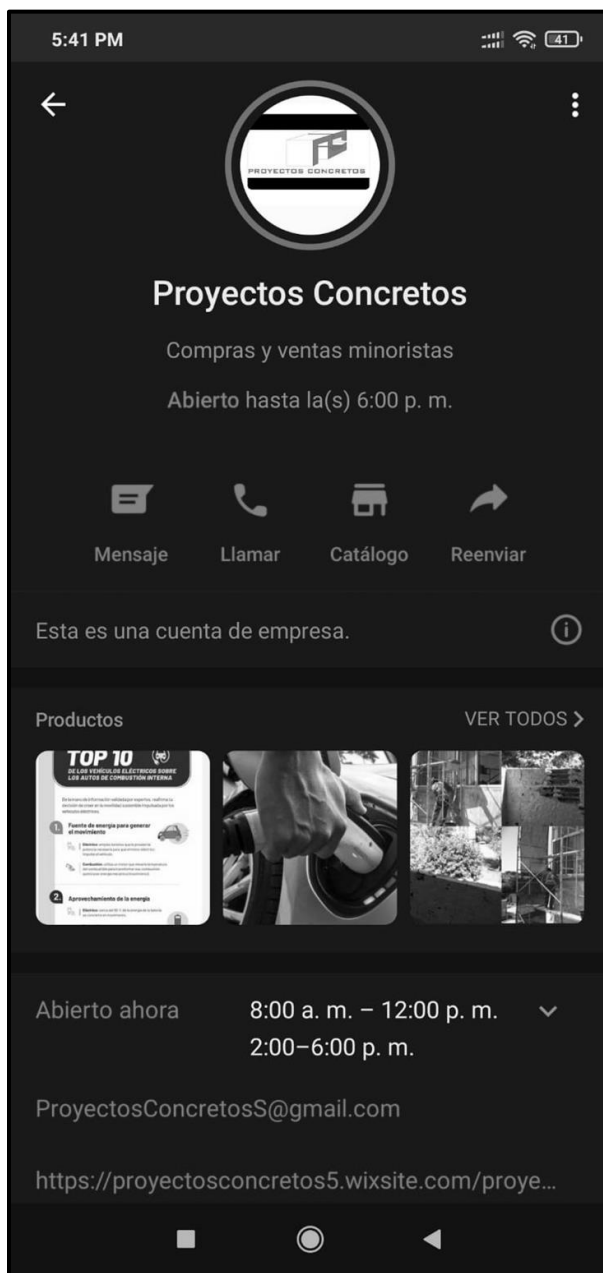
Fuente: Captura de pantalla, aplicación Instagram 2022,
(https://instagram.com/proyectosconcretos?utm_medium=copy_link)

Anexo N Alcance publicaciones Instagram



Fuente: Captura de pantalla, aplicación Instagram alcance de las publicaciones 2022, (https://instagram.com/proyectosconcretos?utm_medium=copy_link)

Anexo O *WhatsApp Business*



Fuente: Captura de pantalla, aplicación Instagram 2022,
(https://instagram.com/proyectosconcretos?utm_medium=copy_link)

Anexo P *Proyectos Actuales*

Proyectos y Cotizaciones	
Nombre del proyecto	Cabaña Glamping
Lugar	Mesa de los santos – Sector el tabacal Santander
Área	2000 m2
Fecha entrega	Entrega de diseños en el mes agosto 2022. Inicio de la obra en el mes de noviembre o diciembre 2022.
Contacto	Nohora Mayorga - 3003807917
Nombre del proyecto	Diseños para Quiosco en bambú, con aspecto geométrico y natural
Lugar	Laguna de las ortices – Sector la cancha Santander
Área	430 m2
Fecha entrega	Entrega de diseños para el mes de mayo 2022. Por ahora está verificando viabilidad del proyecto y valor de la inversión
Contacto	María Fernanda Rondón - 3168499749
Nombre del proyecto	Apartamento independiente segunda planta
Lugar	Los andes Cll 204c 38ª-27 Floridablanca / Santander
Área	334 m2
Fecha entrega	Entrega de diseños en el mes marzo 2022. Inicio de la obra en el mes de octubre 2022. (Aplazado)
Contacto	Carolina Jaimes - 3163287880
Nombre del proyecto	Apartamentos Multifamiliar segunda planta
Lugar	Lagos I Cr 8 # 28-73 Los lagos I – Floridablanca / Santander
Área	254 m2
Fecha entrega	Entrega de diseños Febrero 2022. Sin embargo, no hay comunicación reciente para inicio del proyecto
Contacto	Juana María Padilla - 3012928091

Fuente: Propia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1JPeKB6jtAUAM0n0eE9mhn8oiDXf2wPjD/edit?usp=sharing&oid=102181940174890278069&rtpof=true&sd=true>

Anexo Q *Página web final*



Fuente: Captura de pantalla, Pagina web Proyectos Concretos, Wix 2022, (<https://proyectosconcretos5.wixsite.com/proyectos>)