	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	Dependencia	Aprobado	Pág.	
	DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO	1(2)	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ANDREA ESTEFANÍA RAMÍREZ COMAS
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	EMILE ELAM
TÍTULO DE LA TESIS	ELABORACIÓN DE UNA REVISTA EN FORMATO DIGITAL PARA LA DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS DEL SECTOR FINCA RAÍZ DE LA AGENCIA DE MARKETING PUBLICITARIO THE UGLY DUCKLING COMPANY EN BUCARAMANGA, SANTANDER.

#### RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

ESTE DOCUMENTO SE CENTRA EN LA ELABORACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UNA REVISTA DIGITAL PARA LA AGENCIA DE MARKETING PUBLICITARIO THE UGLY DUCKLING COMPANY DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, DESTINADA AL SECTOR INMOBILIARIO Y CONSTRUCTOR.

EL PROYECTO BUSCA IMPLEMENTAR EL USO DE LOS RECURSOS DIGITALES DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES QUE TRABAJAN CON TECNOLOGÍAS PARA LOGRAR MAYOR TRÁFICO DE USUARIOS. COMO RESULTADO SE LOGRÓ LA REVISTA DIGITAL VIVIRSÚPER.

#### CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 85	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:
-------------	---------	----------------	---------



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552  
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104  
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**ELABORACIÓN DE UNA REVISTA EN FORMATO DIGITAL PARA LA  
DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS DEL SECTOR FINCA RAÍZ DE LA AGENCIA DE  
MARKETING PUBLICITARIO THE UGLY DUCKLING COMPANY EN  
BUCARAMANGA, SANTANDER**

**AUTOR**

**ANDREA ESTEFANÍA RAMÍREZ COMAS**

**Plan de trabajo de pasantías para optar al título de Comunicador Social**

**DIRECTOR**

**EMILE ELAM**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**OCAÑA, COLOMBIA**

**JUNIO DE 2018**

## Índice

<b>Capítulo 1. Elaboración de una revista en formato digital para la divulgación de contenidos del sector finca raíz de la agencia de marketing publicitario The Ugly Duckling Company en Bucaramanga, Santander.....</b>	<b>1</b>
1.1 Descripción.....	1
1.1.1 Misión.....	1
1.1.2 Visión.....	1
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	1
1.1.4 Estructura organizacional .....	2
1.1.5 Descripción de la dependencia. ....	2
1.2 Diagnóstico.....	3
1.2.1 Planteamiento del problema. ....	5
1.3 Objetivos de la pasantía.....	11
1.3.1 General.....	11
1.3.2 Específicos.....	11
1.4 Tabla de Actividades.....	12
<b>Capítulo 2. Enfoques referenciales.....</b>	<b>13</b>
2.1 Enfoque conceptual.....	13
2.1.1 Antecedentes investigativos .....	16
2.2 Enfoque legal.....	18

<b>Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo .....</b>	<b>20</b>
3.1 Presentación de resultados .....	20
<b>Capítulo 4. Revista VivirSúper .....</b>	<b>33</b>
4.1 Actividades en la empresa .....	54
<b>Capítulo 5. Diagnóstico final.....</b>	<b>62</b>
<b>Capítulo 6. Conclusiones .....</b>	<b>64</b>
<b>Capítulo 7. Recomendaciones .....</b>	<b>65</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>66</b>

## Lista de figuras

<b>Figura 1. Organigrama organizacional</b>	<b>2</b>
<b>Figura 2. Árbol de problemas</b>	<b>21</b>
<b>Figura 3. Base de datos de Clientes. Agencia The Ugly Duckling Company.</b>	<b>24</b>
<b>Figura 4. Base de datos de clientes. Agencia The Ugly Duckling Company.</b>	<b>25</b>
<b>Figura 5. Cuadro de Restaurantes y Hoteles</b>	<b>26</b>
<b>Figura 6. Cuadro Constructoras e inmobiliarias.</b>	<b>27</b>
<b>Figura 7. Boceto para la revista VivirSúper</b>	<b>32</b>
<b>Figura 8. Boceto para la revista "VivirSúper"</b>	<b>32</b>
<b>Figura 9. Diagramación de la primera parte de la revista VivirSúper.</b>	<b>34</b>
<b>Figura 10. Proceso en Adobe Photoshop.</b>	<b>35</b>
<b>Figura 11. Proceso de edición en Photoshop.</b>	<b>36</b>
<b>Figura 12. Resultado de edición en Adobe Photoshop.</b>	<b>36</b>
<b>Figura 13. Proceso en AI para la inclusión de textos.</b>	<b>37</b>
<b>Figura 14. Proceso en AI para la inclusión de gráficos.</b>	<b>37</b>
<b>Figura 15. Proceso en Photoshop para inclusión de textos.</b>	<b>38</b>
<b>Figura 16. Logo de CAPULETS.</b>	<b>55</b>
<b>Figura 17. Página de CAPULETS.</b>	<b>55</b>
<b>Figura 18. Logo de BREAK FREE.</b>	<b>56</b>
<b>Figura 19. Página de Break Free Store.</b>	<b>56</b>
<b>Figura 20. Proceso para segmentación de los habitantes.</b>	<b>57</b>
<b>Figura 21. Recargo de no pago por campaña publicitaria.</b>	<b>57</b>
<b>Figura 22. Conjunto de anuncios.</b>	<b>58</b>

<b>Figura 23. Públicos segmentados en campaña de likes.</b>	<b>58</b>
<b>Figura 25. Diseño de imagen publicitaria Inrale.</b>	<b>60</b>
<b>Figura 26. Campañas de proyectos en Facebook.</b>	<b>60</b>

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1. Matriz DOFA.....</b>	<b>3</b>
<b>Tabla 2. Descripción de Actividades.....</b>	<b>12</b>

## **Anexos**

<b>Anexo 1. Entrega de la propuesta a The Ugly Duckling Company. ....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo 2. Propuesta de marketing realizada para Distribuciones Colombia.....</b>	<b>73</b>



## Resumen

La Internet como parte del ciberespacio ha generado perfectas formas de comunicación, esto ha permitido el acopio de millones de usuarios en el mundo que a través del uso masificado de medios y de plataformas virtuales que facilitan el trabajo informativo, comunicacional y ha abierto puertas al comercio.

Estar innovando constantemente es uno de los propósitos que tienen las organizaciones para conquistar a los usuarios que navegan en la internet. “La digitalización no es un punto de destino para las empresas y las marcas, sino un proceso de profunda transformación que requiere ante todo enfoque y estrategia para no perder de vista los objetivos de negocio” (Magro, 2014, pág. 15)

Teniendo lo anterior como referencia, se crea la propuesta para el diseño de la revista digital en la agencia publicitaria con sus distintos apartados y con particularidades delimitadas en la regularidad de sus ediciones, así mismo se convierte en un espacio de difusión y promoción de las principales ofertas del mercado finca raíz.

En el mismo periodo se brindó publicidad a las principales constructoras que necesitaron los servicios publicitarios de la agencia observando de esta forma aportes significativos en las empresas que apenas incursionan, facilitándoles una herramienta de publicidad masiva que los posiciona y atrae a la mayor cantidad de usuarios posibles.

Al respecto se propuso realizar un proyecto de intervención delimitado en dos esquemas metodológicos, uno a nivel descriptivo y otro recurriendo a la prospección, adecuándolo a un diseño de recaudo de información mediante la elaboración de base de datos para relacionar clientes y servicios, de esta manera se jerarquiza la información más relevante en esta área con la intención de jerarquizar los temas de interés abriendo paso al desarrollo de los contenidos periódicos que se difundirán en la revista digital “VivirSúper.”

## Introducción

Actualmente la era digital ha dominado todos los espacios convencionales y alternos haciendo que la comunicación se torne más eficaz en las personas, entidades u organizaciones que le dan uso y aplicación continua. Con la internet se han creado formatos adecuados para toda necesidad sea comunicativa o de esparcimiento donde la información está al alcance del que la desee sin distinción de distancia y tiempo, siempre y cuando se tenga conexión a internet y un dispositivo electrónico donde hacer conexión.

La información por lo general es instantánea y los dispositivos móviles se trasladan a la par del usuario, de esta manera se escoge el contenido personalizado como pasaría con las revistas digitales, estas a pesar de contar con el mismo diseño de las publicaciones físicas, logra equiparar a mayor cantidad de usuarios, a su vez cuentan con el mismo esquema visual, pero con la particularidad determinada por la practicidad, además poseen una cobertura más amplia dentro y fuera de los parámetros geográficos.

La revista posee espacios distribuidos por temas de interés en diferentes ámbitos de la construcción y que incluyen aspectos de diseño de interiores, materiales de construcción, venta de apartamentos sobre planos, publicidad general y aplicaciones tecnológicas para Android. Aunque el internet pueda facilitar cualquier tipo de información entorno al sector constructor; los formatos a los que recurren las empresas generalmente son impresos y poco llamativos.

Es importante destacar que los conceptos en los que se basó nuestra investigación fueron: Marketing Digital, Revistas online, Finca raíz, Publicidad, Comunicación, Medios masivos, Bucaramanga para crear una propuesta para el diseño de la revista “VivirSúper” desarrollada por capítulos, en los que se sintetizan el procedimiento y las teorías aplicadas, así como los resultados obtenidos en su ejecución. Como final del proyecto se presentan las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegó una vez ejecutado el plan de acción.

# **Capítulo 1. Elaboración de una revista en formato digital para la divulgación de contenidos del sector finca raíz de la agencia de marketing publicitario The Ugly Duckling Company en Bucaramanga, Santander.**

## **1.1 Descripción.**

The Ugly Duckling Company es una agencia de marketing y publicidad digital con domicilio en la ciudad de Bucaramanga, Colombia. La empresa inicia sus proyectos en el año 2013, liderados por el negociador internacional Jose Luis Plata Quintero, fundador, quien decidió dar inicio a sus proyectos de negocio debido a la escasa innovación entre las campañas tradicionales y digitales que con frecuencia se negocian en el mercado.

En palabras de José Luis, la ciudad estaba descubriendo un progreso infraestructural acelerado, por esta razón abrió The Ugly Duckling Company con la visión de ser una agencia de marketing con excelentes servicios publicitarios y que se constituya como un lugar idóneo para crear y se desarrollar estrategias digitales para el sector inmobiliario y de la construcción como punto a favor para la agencia.

Actualmente la compañía construye a diario asertivas alternativas de posicionamiento ya no solo en el sector finca raíz como principal generador de clientes potenciales, sino que ha llegado a sectores comerciales como el hotelero, algunos de esparcimiento y otros del entorno educativo.

El equipo se encuentra integrado por profesionales especialistas en temas de diseño gráfico, publicidad, mercadeo, comunicación social y comunicación digital que relacionan tareas y generan ideas actuando en pro del posicionamiento de marcas en las primeras búsquedas del

navegador por medio de optimizadores SEO (Search Engine Optimization) o SEM (Search Engine Marketing) según sea el caso, más teniendo en cuenta que recurrir a directorios en la actualidad es algo inusual y el internet está al alcance de todos.

Además de trabajar con los buscadores antes mencionados, la compañía trabaja en la misma medida diseñando campañas publicitarias con las distintas herramientas de la red display de Google que relacionen a los clientes con la marca aumentando el tráfico en las distintas empresas del sector, así se avanza a la par de las tecnologías y las necesidades de las familias del Santander.

La agencia se dedica entre otras actividades a la creación de tiendas online o comercio en línea, donde los departamentos principalmente el creativo, desarrolla marcas y diseños sobre el producto que se pretende comercializar en la Web, tomando como referente que el internet posibilita el intercambio e impulso de productos y servicios llegando a partes del mundo inexploradas.

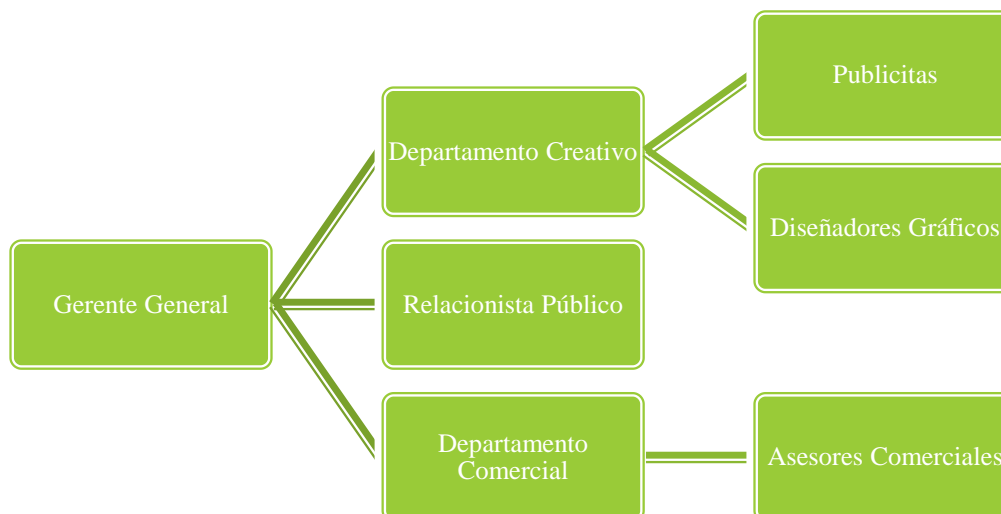
**1.1.1 Misión.** Trabajamos para construir alternativas y crear soluciones completas a través de la comunicación, Publicidad y Marketing; logrando la confianza de los clientes y el impulso de marcas, amoldando nuestra labor a las exigencias del usuario con responsabilidad y cumplimiento oportuno.

**1.1.2 Visión.** Ser una empresa importante en la región distinguida por la prestación de servicios óptimos y soluciones generadas a través del diseño de estrategias de marketing asertivo, siempre logrando el éxito con los más altos parámetros de calidad y aplicándolo al desarrollo de la ciudad.

### **1.1.3 Objetivos de la empresa**

- ✓ El principal objetivo es maximizar el número de clientes impulsando su negocio en Internet a través de experiencias digitales atractivas y automatizadas.
- ✓ Expandirse a otros sectores comerciales aumentando el número de clientes potenciales y el reconocimiento en el mercado.
- ✓ Contribuir al desarrollo regional con compromiso ambiental.

### 1.1.4 Estructura organizacional



**Figura 1.** Organigrama organizacional

**Nota:** Representación gráfica de la estructura interna de la compañía.

**1.1.5 Descripción de la dependencia.** El departamento creativo de Ugly Duckling Company, cuenta con publicistas, diseñadores gráficos y estrategas digitales que independientemente trabajan para lograr la construcción de técnicas asertivas y de vanguardia en marketing digital.

Este departamento diariamente saca adelante el objetivo trazado para cada campaña logrando ingresos y aumento de clientes en diferentes sectores del comercio.

El trabajo se centra en el impacto visual que tendrá la campaña a través de un contenido previamente planificado, dicho material incluye imágenes y temas de interés que llegará a la retina de los futuros consumidores. La eficacia y la eficiencia son componentes esenciales para la excelente ejecución de las campañas y para cumplirla bajo altos estándares de calidad.



## 1.2 Diagnóstico

Tabla 1. Matriz DOFA.

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		F1. Gozan de posicionamiento en el mercado finca raíz. F2. Únicos en contar con herramientas interactivas y social-digitales a través de internet.	D1. El material para acceso a la información no se encuentra digitalizado. D2. Falta de comunicación entre departamentos.
FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS		
	<b>OPORTUNIDADES</b>		Estrategia (FO)
<b>O1. Urgencia de las empresas para posicionarse.</b> <b>O2. Incremento del comercio Online por las aperturas de mercados.</b>		Lograr a través de la Revista atraer la mayor cantidad de clientes potenciales y afianzar las relaciones con los clientes activos.	Aprovechamiento de Redes Sociales para difusión de la revista y actualización de ofertas del mercado inmobiliario. Realización de reuniones periódicas entre departamentos.
<b>AMENAZAS</b>		Estrategia (FA)	Estrategia (DA)
<b>A1. Otras agencias de marketing ya cuentan con plataformas digitales que agilizan el proceso informativo.</b> <b>A2. Las empresas están optando por capacitar a su personal para autodesarrollo de estrategias publicitarias.</b> <b>A3. Incremento de la competencia de agencias de marketing con el mismo objetivo.</b>		Capacitar a los empleados en temas de vanguardia tecnológica. Llevar una periodicidad en la publicación de las ediciones de la revista digital. Realizar un monitoreo de públicos para determinar los temas de interés de los clientes para las próximas ediciones.	Planear estrategias de marketing llamativas que incluyan ofertas o promociones para los usuarios. Convertir la labor de marketing en una tarea interdisciplinar que involucre formatos audiovisuales para constructoras.

**Nota:** La figura muestra la situación en la que se encuentra la dependencia asignada.

Fuente: Elaborado por el autor.

Para reconocer el estado en el que se encontraba la dependencia asignada, se tomó como metodología una matriz DOFA, de esta manera se pudo observar las causas internas y externas que posibilitan o interrumpen el plan de acción diseñado para la compañía.

Hay que tener en cuenta que todo plan de negocio debe incluir aspectos de interés enfocados en los beneficios y limitantes para la compañía, en este punto la Matriz empleada constituirá un aporte sobre datos de interés de los procesos que se ejecutan a diario para determinar el siguiente paso a desarrollar.

Para responder a las demandas y tendencias que se pueden identificar en el entorno, la empresa debe analizar de manera realista los recursos y posibilidades en los que puede apoyarse, que son sus “fortalezas”. Pero, también, los recursos o factores internos que pueden limitar su desempeño y resultados, que serían sus “debilidades.” (Gestiopolis, 2010)

En primer lugar, se procedió a la realización de un análisis observacional donde el mismo ambiente laboral nos brindó las pautas y datos relevantes en el proceso investigativo. Este análisis recoge tanto los aspectos internos, como los externos que automáticamente arrojan referencias sobre proveedores, clientes, tipo de empresa, su actividad económica y el tamaño de la misma; de esta forma se determinan procesos que afiancen clientes y disminuya la competencia para la empresa.

En el interior de la organización la evaluación usa como punto de partida aspectos de funcionamiento y procedimiento, esto incluye componentes como: Recurso humano, herramientas tecnológicas, marketing asertivo y canales de distribución.

Conociendo los puntos que la compañía tiene a favor y determinando qué otros representan un riesgo se puede reforzar parte de las debilidades hasta erradicarlas, con esto se procede al prevalidamiento de la compañía, rescatando aspectos que antes constituían algo negativo convirtiéndolos en un asunto manejable.

Este tipo de metodologías muestran un panorama general de la empresa, siendo así, debe realizarse un análisis recurrente para tomar partido de los acontecimientos mes tras mes, de esta forma se realizan actividades preventivas si se requiere, pero ante todo nos proporciona una idea clara de donde se encuentra ubicada la compañía frente a las otras.

**1.2.1 Planteamiento del problema.** Sin lugar a dudas Bucaramanga se ha convertido en una metrópoli donde se percibe un crecimiento y desarrollo estructural a gran escala, esto ha generado que las necesidades para cada sector económico aumenten a medida que la ciudad lo hace, obligando a cada empresa a innovar en cada labor desarrollada.

Actualmente ha nacido una generación que está constantemente con la urgencia de informarse, dominada por las tecnologías que consumen gran parte de su tiempo por esto cada día son más empresas las que se ven en la urgencia de modificar la forma llegar al cliente debido a que los medios tradicionales han perdido seguidores notoriamente.

Ha sido evidente que con la aparición de las plataformas digitales las fuentes impresas muy poco se consultan y esto ha despertado alarma en las organizaciones que se dedican a difundir información de forma tradicional donde el papel y la tinta son los protagonistas, por esto, las empresas que antes imprimían grandes cantidades de hojas ahora se inclinan de manera alterna por la creación de una página Web.

Sabiendo que se ha producido una mutación en la forma de difusión y venta gracias a la multitud de plataformas y dispositivos que así lo han permitido. (García, 2014) afirma:

El desarrollo de dispositivos de lectura y plataformas para la consulta, distribución y venta representa una respuesta que no es estrictamente tecnológica, ya que incorpora un fuerte componente social y el desarrollo de estrategias de difusión y participación estrechamente conectadas con las redes sociales y los nuevos hábitos de consumo electrónico. (pág. 11)

La clave radica en equiparar al cliente en el lugar que se encuentre, debido a que tanto proveedores como accionistas o empleados existen en algún sitio web y la forma infalible de encontrarlos es a través del uso de las herramientas de la Web 2.0, aquí se descubre una perspectiva distinta si desvestimos la brecha entre que se idealiza y lo que realmente se vive en los negocios percibiendo que el componente Digital está sobrepasando al tradicional en cuestión de rentabilidad y resultados.

Hay que reconocer que la acogida de usuarios se debe en gran parte al diseño y al contenido que complementan las publicaciones. (Restrepo, 2007) expresa:

Las nuevas tecnologías permiten participar en la producción del bien simbólico, pero, al mismo tiempo esa interactividad deja huellas de consumo que a su vez se convierte en la mejor fuente de datos para desarrollar estrategias de convergencia y de fidelización con el consumidor, el cual adquiere un valor económico para el medio. (pág. 69)

Reconocidas revistas y periódicos de varios países han dejado de lado uno de los dos formatos y han optado por el formato digital, por el impreso, o ambos; esto se debe a que los costos son muy elevados y se deben pausar las publicaciones, en otros casos hay medios que deciden quedarse con ambos formatos porque las circunstancias los exigen y porque se encuentran actualizados.

Este último caso se evidencia con la Revista Semana en Colombia, este es uno de los medios impresos más nombrados si de política y excelencia periodística hablamos, actualmente no solo realiza sus publicaciones de forma física, sino que también cuenta con revista digital y canal “Semana en Vivo” por televisión abierta. Esta revista por lo general sobrepasa las exigencias del lector.

Pero al parecer son muchos los motivos por los cuales para otras empresas es complicado mantenerse con ambos formatos, una causa pueden ser la rentabilidad o la falta de capacitar a su personal, o por tratarse de agencias tan pequeñas en número no alcanzan a cubrir todos los gastos que implica publicar constantes ediciones.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que el tema de interacciones también varía según lo hace el medio y viceversa. “Cada medio modifica las interacciones de esos humanos y las interacciones cambian como se utilizan los medios y en qué se convierte su contenido.” (Scolari, 2015, pág. 149). Gracias a esto, todas las personas naturales o jurídicas en este momento están haciendo uso de recursos digitales para innovar.

Hay que tener claro que sin importar que tan grande sea la empresa necesita ubicarse en cualquier sitio web haciendo uso del mismo, ya que no solo logra posicionamiento, sino que monitorea el impacto de las campañas en los usuarios que visitan el portal logrando captar interacciones en tiempo real y de esta manera segmentar el contenido a grupos específicos.

Los portales digitales son herramientas de marketing usadas con frecuencia por países desarrollados, quienes invierten en el óptimo funcionamiento de las estrategias digitales en todas las empresas prestadoras de servicios.

Aunque algunas empresas de servicios han visto peligrar su tradicional hegemonía, incluso algunas han desaparecido, estos cambios abren numerosas oportunidades tanto a empresas ya establecidas, como a emprendedores que quieran entrar a competir en el mercado de los servicios según veremos en diversos casos como Amazon, Workday o Kiip. (Villaseca, 2014, pág. 40)

Si bien, Bucaramanga hoy por hoy experimenta una demanda en crecimiento de carreras tendientes al marketing digital, publicidad, mercadotecnia, diseño gráfico o afines, lo que se traduce a una apertura relevante de agencias publicitarias que pondrían entorpecer la sencilla adhesión de clientes, estas con frecuencia se irán modificando para combatir una con la otra.

Las aperturas de agencias publicitarias han equiparado cada sector del mercado dejando en desventajas a las que no se encuentren actualizadas y es aquí donde radica el problema para la agencia de marketing publicitario The Ugly Duckling Company.

Hay que destacar que su labor estratégica no sólo va dirigida al sector constructor sino a múltiples sectores comerciales debido a que la agencia maneja bajo su directriz marcas a las cuales se le realizan campañas periódicas, se les brinda contenido oportuno y se exhiben los servicios o productos ofertados.

Teniendo en cuenta que el mayor generador de ingresos es el sector constructor y también el principal promotor de clientes potenciales, se tiene claro que la agencia necesita innovarse para no desaparecer, dejando evidente la urgencia de crear una revista en formato digital donde converjan temas de interés y contenidos destinados al sector inmobiliario, como lo son ferias

inmobiliarias, eventos como: conferencias, conversatorios, capacitaciones e información concerniente al tema finca raíz o a promotores del mismo, para los cuales se realizan estrategias de marketing, además de dar opciones al cliente para encontrar el sitio propicio para vivir con apartamentos terminados y sobre planos.

Las marcas impulsadas por la empresa hasta el momento se han destacado por ofrecer un servicio inmediato y de calidad y esto se debe a que el marketing estratégico se desarrolló buscando la perfección iniciando por estrategias digitales capacitados continuamente para darle el uso adecuado de las herramientas digitales con las que se cuentan.

De esta manera una empresa puede permanecer activa, si plasman las directrices para ejecutar de manera adecuada el abordaje de clientes potenciales a través de información digital actualizada y renovada.

El compromiso ambiental debe ser uno de los principales factores a tener en cuenta en cualquier organización, con esta idea los gastos en tinta y papelería serían menores y el impacto ambiental disminuiría considerablemente teniendo en cuenta que la tinta es altamente contaminante y por eso se está recurriendo al uso de medios digitales ya que la población ha tomado una posición más razonable sobre el cuidado ambiental.

Hace algunos años se presentó un acontecimiento en el país en relación al tema contaminación ambiental, por ejemplo, “El 31 de marzo del año 2016, Printer Colombia S.A.S, perteneciente a la Casa Editorial El Tiempo, contaminó el humedal Jaboque, en la localidad de Engativá.” (Contagioradio, 2016). En este punto la Fundación Humedales Bogotá realizó pruebas que determinaron que “las aguas contaminadas probablemente llegaron al río Bogotá, donde el olor a químicos era fuerte y la vegetación se contaminó, algunas aves alcanzaron a escapar hacia otras partes del humedal.” (Humedales Bogotá, 2016)

Tomando lo anterior en consideración, los recursos digitales son perfectos para empresas publicitarias ya que no solo reduce gastos y contaminación, sino que permite ejecutar campañas de marketing por medio de la segmentación de públicos, posibilitando la comunicación asertiva y el mayor alcance de lectores de manera responsable.

La estrategia va más allá de posicionar otras marcas, lo que se pretende es lograr el autopoicionamiento, teniendo en cuenta todos los parámetros necesarios para llevar a cabo una revista completa, integrada por material fotográfico de la misma agencia, rigiéndose sobre los parámetros ambientales que conlleva el consumo masivo.

Viendo así el panorama, el uso de revistas digitales para las compañías son un componente esencial donde agentes externos e internos pueden navegar de manera atractiva y acercarse a los temas que despierten su mayor interés, promocionando, además, los servicios que cada empresa desee sean promocionados.

Bajo estas consideraciones, se crea la revista digital titulada: “VivirSúper”, como un producto de la agencia de marketing publicitario, The Ugly Duckling Company, un medio de comunicación visual para difundir y promocionar a empresas del sector de la construcción, proporcionando contenidos trimestrales de distintos sectores de la finca raíz.



### **1.3 Objetivos de la pasantía.**

**1.3.1 General.** Elaborar una revista en formato digital para la divulgación de contenidos del sector finca raíz de la agencia de marketing publicitario The Ugly Duckling Company en Bucaramanga, Santander.

#### **1.3.2 Específicos**

- ✓ Determinar cuáles son los productos y servicios que más demandan los clientes interesados en el tema de finca raíz.
  
- ✓ Crear los contenidos que serán difundidos por medio de la revista a partir del diagnóstico inicial.
  
- ✓ Diseñar los apartados de la revista digital obedeciendo a las necesidades del público objetivo y los elementos propios de las publicaciones online.

## 1.4 Tabla de Actividades

**Tabla 2.** Descripción de Actividades.

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa.
Elaborar una revista en formato digital para la divulgación de contenidos del sector finca raíz de la agencia de marketing publicitario The Ugly Duckling Company en Bucaramanga, Santander	Determinar a través de un diagnóstico cuáles son los productos y servicios que más demandan los clientes.	Realizar un diagnóstico a partir de una matriz o árbol de ideas para determinar causas/efectos.
	Crear los contenidos que serán difundidos por medio de la revista a partir del diagnóstico inicial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Crear una base de datos donde repose información sobre los productos y servicios de la agencia.</li> <li>-Categorizar clientes y servicios.</li> <li>-Clasificar y evaluar el contenido según las necesidades del sector destinatario.</li> </ul>
	Diseñar los apartados de la revista digital obedeciendo a las necesidades del público objetivo y futuros clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Crear un bosquejo diseñado en programas como Adobe Illustrator (AI) para la revista de la agencia The Ugly Duckling Company.</li> <li>-Enviar propuesta al departamento de estrategias digitales para evaluación y puesta en marcha de la propuesta.</li> </ul>

**Nota:** La tabla refleja las actividades desarrolladas para cada objetivo.  
Fuente: Diseñado por el autor.

## Capítulo 2. Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

El presente documento abarca principalmente los conceptos de: Marketing Digital, Revistas online, Trafico Web, Finca raíz, Empresa constructoras, Publicidad, Comunicación Digital, Medios masivos, Bucaramanga.

El marketing Digital es definido como el uso de recursos digitales para alcanzar resultados satisfactorios, por ende, se logra rentabilidad gracias a la planificación de estrategias tecnológicas, esto afianza el gusto del cliente porque los servicios online se adecuan a lo que buscan o necesitan.

Es decir, como lo expresa (Cangas, 2010), el Marketing digital acumula variedad de actividades bajo el concepto de Internet Marketing, por el uso de canales en línea, pero hay que hacer una salvedad porque no siempre usan medios exclusivamente digitales, sino que usan canales alternos como es el caso de mensajes de texto en celulares personales. De esta forma se crean medios de comunicación que refuerzan la tarea de crear y distribuir contenidos acaparando la mayor cantidad de usuarios posibles, por esta última premisa nacen las revistas online, ya que facilitan el acceso a la información desde cualquier medio con conexión a internet.

Las revistas Online, son definidas como la publicación secuencial de capítulos sobre un tema específico, pero en formato digital, donde el usuario puede interactuar y compartir contenido a las redes sociales haciendo su experiencia más atractiva.

Las revistas digitales pueden ser publicadas en varios formatos dependiendo la necesidad, ya sea PDF interactivo descargable desde una web, el PDF estático (réplica de la versión impresa), también se pueden realizar descargas a través de la PlayStore donde variedad de App's webs funcionan como revistas. (Emma Llensa, 2017).

Esto hace que el tráfico Web aumente de manera simultánea con la comunicación, ya que los usuarios y lectores de diferentes portales web generan datos estadísticos suministrados por el visitante donde él completa datos que le ayudan al estrategia digital a tomar partido de los resultados.

Según (Instituto Internacional Español de Marketing Digital, 2016), un ejemplo de lo anterior puede descubrirse en el número de comentarios, visitas, y likes recibidos. Para las agencias este constituye un recurso digital importante, sin importar la actividad económica que desempeñe cada organización. En el caso que nos ocupa, ayudaría a las empresas del sector de la construcción a maximizar sus ventas.

Se entiende por empresas constructoras a aquellas que implementan recursos económicos suministrados por los socios para llevar a cabo obras civiles, estas obras se ejecutan a través de un contrato que asegura la entrega en el tiempo estimado debido a que allí se especifican las características de la obra en proceso y el presupuesto para ella. (Escuela de Organización Industrial, 2007).

El sector constructor constituye un motor económico para cualquier país, incluyendo al grupo focal correspondiente a la finca raíz. Explica (Rodriguez, 2017) , que debido a que estos tienen las características de los bienes inmuebles que por su naturaleza no pueden moverse de lugar ya que si se hace ocasionaría la destrucción para el inmueble y por ende pérdidas materiales debido a que están fijos en la tierra por eso también reciben el nombre de bienes raíces.

La publicidad hoy por hoy hace parte de una ficha clave para el crecimiento de las empresas, entendiendo la publicidad como la comunicación directa pero no personal, donde un cliente determinado comercializa marcas o impulsa su negocio a cambio de dinero. Por lo general los medios de distribución de contenidos son los medios convencionales, televisión, radio y los medios impresos, pero hay organizaciones que optan en la actualidad por publicidad alternativa como camisetas estampadas, afiches, o anuncios por internet.

El tráfico a escala en internet es cada vez más impresionante desde la aparición de los Smartphone la publicidad ahora debe ser más exigente, pero más fácil por eso las organizaciones en su mayoría ya tienen controlada la parte publicitaria. (Thompson, 2013).

Los medios de comunicación han mutado de manera significativa, ahora se habla de una comunicación digital donde el usuario intercambia experiencias a través del uso de las herramientas tecnológicas que tiene a la mano, pero más allá del uso de herramienta tenemos que realizar una mixtura entre el usuario y la información para facilitar los procesos.

Esta retroalimentación genera el planteamiento de una estrategia de marketing firme que sería el objetivo principal de la compañía. A pesar de esto, muchas organizaciones se han negado a incluir los medios digitales en el plan de su empresa, o si lo hacen no se involucran demasiado. (Gonzales, 2016) .

Siendo las revistas digitales un medio masivo logra llegar a muchos sectores comerciales, su manera de funcionar es igual que el de la comunicación “face to face”, donde el emisor envía un mensaje a miles de receptores que reciben casi de manera similar esa información produciendo un intercambio de comunicación masiva (“mass media”). Los Mass Media son aquellos canales de comunicación masiva por la cual interactúan gran cantidad de audiencia, si bien, el público es seleccionado pero la información que se transmite llega a varios sectores de la

misma manera aumentando el público para el mismo mensaje y ahorro de tiempo, estos son utilizados en la publicidad, mercadeo, audiovisual y otras formas de comunicación, su principal finalidad es informar, formar y entretener, es por ello que dentro de los mismos medios existen diferentes tipos, para distintas finalidades. (Dominguez, 2012, pág. 39)

En Bucaramanga es necesario emplear cualquier tipo estrategia que permita captar usuarios y mantener la fidelidad del mismo, esta ciudad como la describe. (Wikitravel, 2017), es la capital del departamento colombiano de Santander, conocida como la "Ciudad Bonita" o "Ciudad de los Parques". Gracias a sus más de 10 centros de estudios es llamada también una ciudad universitaria. Su área metropolitana está compuesta por los municipios de Bucaramanga, Piedecuesta, Floridablanca y Girón. La ciudad se encuentra ubicada sobre la meseta del mismo nombre. En los últimos años se ha extendido fuera de la meseta, creciendo hacia los municipios que conforman su área metropolitana, actualmente es centro de la economía del nororiente colombiano.

Aquí las agencias de marketing han ido en constante crecimiento haciendo que la competencia cada vez se torne más compleja, de esta manera cada empresa debe exigirse más para mostrarse competitiva.

**2.1.1 Antecedentes investigativos.** Todas las propuestas surgen como una alternativa para facilitar las comunicaciones a la par de los avances tecnológicos. En este sentido un gran número investigadores han realizado trabajos que se relacionan con publicaciones en Internet como una plataforma para comunicar diferentes temas que permitan mantener informados a los usuarios de acuerdo a sus intereses.

En relación a esto se presentan a continuación trabajos realizados donde se exponen los objetivos que plantearon los autores y las conclusiones a las que llegaron una vez culminada su investigación. Al respecto se citan los siguientes trabajos:

En la Universidad de Caracas, (Montes, 2011), realizo un trabajo de investigación titulado: Diseño de la revista digital 11 amigos, diseñada para dispositivos ipad y tablets. Esta tesis tuvo como propósito la creación de un servicio para satisfacer una necesidad determinada tocando aspectos relacionados con el diseño de publicaciones digitales y el diseño de la aplicación para dispositivos de la empresa Apple.

Otra investigación la realizó (Arias Cevallos, 2011), en la Escuela de diseño y comunicación visual de Ecuador, ejecutando la revista digital de diseño y producción audiovisual para estudiantes de esta misma facultad con publicaciones en formato PDF por medio de la página ESPOL que permitió a los estudiantes tener acercamiento a las publicaciones.

En la Universidad Autónoma de México, (Corona, 2001), desarrolló una revista digital universitaria con el objetivo de publicar artículos de investigación cada tres meses, ahora realizan publicaciones cada mes; de esta forma, muchos estudiosos de la ciencia y la tecnología usan este medio como plataforma para compartir sus conocimientos a los estudiantes de la ciudad de México.

En la universidad de Cartagena, (Lévano, 2017), realizó un proyecto de grado Titulado “Háblate”, es una revista digital universitaria del Programa de Comunicación Social que expone los trabajos que se desarrollan dentro del ámbito estudiantil con el fin de innovar en la forma de impartir los conocimientos brindando una forma distinta de ejercer la pedagogía.

Por último, encontramos una investigación Realizada en la Universidad de Chile, por (San

Martín, 2012), desde la facultad de Arquitectura y Urbanismos, donde se realizó una revista digital para estudiantes de diseño gráfico de la universidad de Chile, diseñada como plataforma de retroalimentación en torno al debate y gestión de información debido a que la carrera ha desarrollado muchos proyectos que merecen reconocimiento, muchos no han sido aprovechados de la forma debida.

## **2.2 Enfoque legal**

Actualmente no se han determinado leyes que regulen específicamente las publicaciones online, sin embargo, el Estado ha desarrollado otro tipo de normatividades en cuanto al uso de la información publicada en la Web. La constitución nacional brinda el derecho a la protección de la intimidad personal y familiar, así como el buen nombre; además les permite conocer, rectificar y actualizar la información almacenada en el banco de datos (Constituyente, 1991).

Sin embargo, para asegurar que dicha normatividad se cumpla a cabalidad el gobierno desarrolló una ley que sanciona los delitos digitales y el acceso sin autorización a sistemas informáticos, asignando una pena a quien incurra en acciones de esta índole según lo expresa el código penal. (LEY N° 1276, 2009). Así, en Colombia los usuarios que se encuentren en redes sociales, por ejemplo, pueden exigir la corrección o eliminación de la información que atente contra su integridad.

Frente a la propiedad intelectual se crearon leyes que protegen los derechos de autor esto incluye material Fotográfico, y literario, ambos son amparados por la dirección nacional de derechos de autor. (Ley N° 23, 1982), y contiene aspectos acerca de los derechos en obras individuales y colectivas, dicha ley que expresa:



Las obras colectivas, tales como las publicaciones periódicas, antologías, diccionarios y similares, cuando el método o sistema de selección o de organización de las distintas partes u obras que en ellas intervienen, constituye una creación original. Serán consideradas como titulares de las obras a que se refiere este numeral la persona o personas naturales o jurídicas que las coordinen, divulguen o publiquen bajo su nombre. Los autores de las obras utilizadas conservarán sus derechos sobre ellas y podrán reproducirlas separadamente.

En cuanto al comercio online se creó el Estatuto del Consumidor, el cual establece lineamientos sobre idoneidad, garantías, marcas, propagandas y fijación pública de precios en los productos y los servicios, también expresa el compromiso de los productores y demás comercializadores, por esto mismo, toda persona que desee emprender su negocio en internet debe conocer la normativa y aplicarlas a su actividad mercantil. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).

En Colombia la Ley del comercio electrónico (Ley N° 527, 1999) reúne asuntos en materia probatoria, de utilidad y vigencia en el tema comercial aplicado a los mensajes electrónicos y al funcionamiento la firma electrónica.

También existen políticas públicas que rigen las Tecnologías de la información y la comunicación (Ley N° 1341, 2009). Esta establece el proceso, los fundamentos y criterios sobre los cuales debe regirse la sociedad de la información y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

## Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

### 3.1 Presentación de resultados

Con el objetivo de determinar a través de un diagnóstico cuáles son los productos y servicios que más demandan los clientes, se procedió a la ejecución de nuestra primera actividad:

Primeramente, se utilizó metodológicamente un árbol de problemas donde se pudieran identificar las causas y los efectos de no usar los formatos digitales en el manejo de la información, puesto que se trata de una agencia de marketing y debe trabajar con información digitalizada.

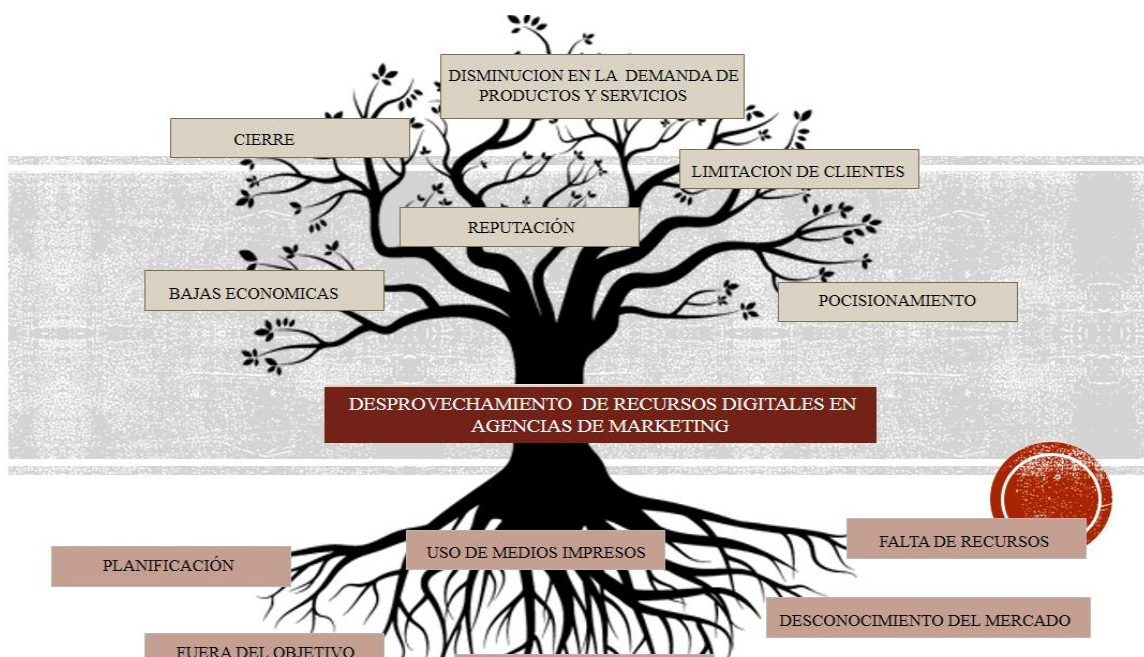
Por esto, se usó a esta metodología, ya que nos dirige a alcanzar los lineamientos trazados dentro de los objetivos tanto generales como específicos en un determinado plan de acción. Esto nos muestra el panorama actual para poder redireccionar las estrategias de Marketing haciendo del análisis algo más sencillo y eficaz.

Este modelo de análisis se emplea cuando se desea enmarcar el objetivo, señalando los posibles focos de debilidad en la compañía o algunos aspectos que entorpecen la eficaz realización de los objetivos trazados, entre otras cosas, se le puede dar uso a esta metodología cuando la organización vea amenazas y requiera examinar la situación para mejorar la productividad.

Aquí el primer procedimiento consiste en establecer la fuente del problema, definido como el foco de amenaza dentro de la organización, una vez la fuente se identifica, se procede a la inclusión de las causas y efectos que condujeron al problema central de la compañía, las causas deben incluirse de forma adversa para luego jerarquizar el problema de manera coherente.

Un árbol de problemas como lo define la doctora (Hernández, 2015), “consiste en desarrollar ideas creativas para identificar las posibles causas del conflicto, generando de forma organizada un modelo que explique las razones y consecuencias del problema.”

Los resultados que se detectaron en su elaboración fueron:



**Figura 2.** Árbol de problemas

**Nota:** La grafica muestra el resultado del proceso de observación dentro de Ugly Duckling Company.

Este ejercicio se realizó a través de la observación y un proceso comparativo ante la competencia, donde se realizaron valoraciones entorno al aumento o disminución de la actividad comercial con sus distintos públicos.

El problema principal radica en la poca importancia que se la ha dado a la actualización de la información haciendo uso de herramientas digitales que se tienen a la mano, incluyendo el recurso humano. Una de las causas que han llevado al desuso de recursos digitales como en el caso que nos ocupa, la revista digital, se debe a que no lo han visto como una necesidad de

primera mano.

La agencia ha venido desarrollando a lo largo de su trayectoria actividades publicitarias que resuelven situaciones para las empresas a corto plazo y de manera inmediata, en otras palabras, si una empresa tiene una necesidad el día de hoy, este mismo día se le ofrece la solución, esto conlleva a que el objetivo sea desviado o, por el contrario, nunca haya llegado a ser un objetivo.

En segundo lugar, el descuido se puede deber a la falta de planificación a la hora de ejecutar actividades para la propia compañía, debido a que la tarea inmediata es establecer estrategias que sean asertivas y al tiempo eficientes, dejando de lado aspectos importantes como el nivel competitivo ante otras agencias que desempeñan la misma actividad económica, siendo este último factor el que determina la reputación para The Ugly Duckling Company, y por ende su permanencia.

No obstante, la empresa ha intentado estar a la par de las otras agencias las cuales han ido incrementado su número de manera acelerada mostrándose competitiva, pero aún se requiere reforzar algunos aspectos de procedimiento y canales de distribución.

Hay que señalar que la agencia de marketing y publicidad digital cuenta con contenidos publicados en formato físico, dentro de los que encontramos revistas similares a las de bienes raíces, poco atractivas para el lector y de bajo alcance para los públicos, siendo así, no genera impacto, pero sí un aumento de gastos en papelería y demás materiales de impresión. Con las revistas digitales el alcance es mucho mayor y permite equiparar públicos específicos obteniendo un ahorro presupuestal.

La empresa normalmente cuenta con personal capacitado para desarrollar cualquier actividad publicitaria desde cualquier punto de vista, sin embargo, no se ha analizado la opción de optar por las revistas digitales al interior de la compañía para lograr afianzar clientes y al mismo tiempo reforzar su actividad digital, siempre se ha mirado hacia afuera y no internamente.

Como es evidente las consecuencias serían más negativas que positivas si no se logran mejorar estas condiciones, debido a que, si los clientes dejan de recurrir a los servicios si ven en otras empresas herramientas de vanguardia u ofertas innovadoras, siendo así, esta tiende a disminuir sus ingresos económicos y de esta manera estaría destinada a su desaparición por la falta de capital. Entre otras cosas el gasto de impresiones es muy alto, pero sí se reducen estos gastos y se mantiene una información actualizada en la agencia se seguirá gozando de una buena reputación como sucede actualmente.

La agencia a pesar de contar con un número considerables en la demanda de sus servicios debe trabajar para preservar esta misma imagen en el resto de sectores económicos, logrando una revista que incluya aspectos de interés para todos los campos que enmarcan el sector constructor y afín.

Como segundo objetivo se recurrió a seleccionar los contenidos que serán difundidos por medio de la revista a partir del diagnóstico inicial. Para su cumplimiento se realizaron una serie de actividades.

Para el desarrollo de la segunda actividad se optó por el uso de base de datos para saber qué clase de clientes maneja la agencia y cuáles son los principales demandantes de productos y servicios incluyendo a clientes potenciales.

Como lo define (Pérez, 2008), “Una base de datos es un almacén que nos permite guardar grandes cantidades de información de forma organizada para que luego podamos encontrarla y utilizarla fácilmente”, adicionalmente, (Díaz Gómez Genaro, 2017), asegura que este mecanismo “puede residir en la misma computadora o en múltiples computadoras conectadas por un subsistema de comunicación.”

Si bien, todas las bases de datos deben trabajar con tablas, por lo general son recuadros que agrupan información de manera organizada en espacios definidos por celdas y columnas, allí queda reposada toda la información para recurrir cuando se requiera.

	A	B	C	D	E
	Clientes 2017 - 2018	Teléfono	Domicilio	Correo	Observación
1	Clientes 2017 - 2018	Teléfono	Domicilio	Correo	Observación
2	Cacique Centro Comercial	6917722	Tv. 93 #34-99 El Tejar	serviciocliente@caciquecc.com	Realizar visita el 15 de marzo a las 9:00 para propuesta Social Wifi
3	Simbráh Parrilla	316 6167345	Cra. 35a #54-79	Simbráhparrilla@gmail.com	Comunicarse la primera emana de abril Daniel Ramirez. Redes Sociales
4	Oteco	301 232 4672	Camera 25 No. 35- 43	oteco@postecrato.com	Página web
5	Made	311 898 6141	Calle 36 # 31-39 Oficina 122	pretariabucaramanga@grupomadeurdivar.c	Campañas Redes Sociales
6	Don Jacobo	6452769	Cra. 33 #41-20, El Prado	ventasinternet@postresyponques.com	chico de sistemas., debo llamar y escribirle el martes 3 de abril a john para
7	UDES	6501160	Calle 70 N° 55-210	nperez@udes.edu.co	Campañas enviadas a Nadya programar próxima reunión.
8	Copetran	6946456	Cra 32D #89	mercadeo@copetran.com	seguimos pendiente del contrato . Ya realizaron el pago Jose Luis Marin
9	Sercafe/guallo	3206219820	Km 4, Anillo Vial, Floridablanca	Sguallo@gmail.com	llamar a leidy 2 de abril. Requieren pagina web
10	11's	6915485	Cl. 41 #37-02	Admingarcia@gmail.com	escribire a whatsapp el viernes 23 para cuadrar cita. Con Mauricio Garcia
11	Hotel Dann Carlton	6973266	Cl. 47 #2883	Gerencia@cartlon.com	llamar esta semana. Analisis Web
12	Casino el dorsal	6700402	C.C Cacique, L. 408, Tv. 93 #34-99,	sistemas@dorsalgroup.com	ingeniero roger dice que va hacer la gestión. por ahora esperar
13	Mercagan	6435370	Cra. 36 #45-51 San pío	mercaganadmin@gmail.com	Volver a llamar. Gerente no se encuentra
14	Cinnamon	6959779	Cl. 42 #29-57 cabecera del llano	cinnaadmin@gmail.com	silvia juliana aparecio administradora. Visita
15	Tierra Santa	6797933	Cl. 36 #13-33	servicios@tierrasanta.com.co	por 2 puntos y quiere hablar de politica supongo
16	Los olivos	6570058	Cra. 31 #52A-16	jvelascobucaramanga@losolivos.co	se envió correo A julian. Hacer gestión la semana santa
17	San Pedro Servicios Funebres	6430275	Cl. 45 #27-71	carlos.marquez@sanpedro.com.co	asistente de gerencia porque es el encargado.. cristian es un pobre
18	Las Colinas	6432020	Cl. 42 #27-59		luz mery castellanos de sistema a la extensión 1151 ( es una gonorra
19	MEGA redil	6711171	Alarcon	amigos@megaredil.com	Ing Malagonatizando y si cualquier cosa el nos llama
20	Más x Menos	6434345	Cra. 35 #44-136 Cabecera	jefeservicioscrm@masxmenos.com.co	Llamar semana santa a ver si ya regresaron Monica Chacón
21	El súper	6979707	ra. 33 #32-40, La Aurora		alexandra esperan que venga el anterior contrato
22	Comfenalco santander	2150 operadora	Av. González Valencia 52-69		Dora asistente/ Claudia Patricia Jefe. visitar 24 de abril
23	Zrus pizza	6960610	Cl. 56 #30-48	Sistemaszrus@gmail.com	Nayibe : Le pase tu información al encargado de tecnología, el ingeniero Mario
24	Consuegra Santos	6452525	Cl. 36 #34-42, EL Prado		Requiere servicios de Marketing. Enviar a Jorge
25	Prourbe	6577281	González #55-67		Analítica Web. Enviar a Hernesto
26	Aldia	6305555	Cra. 16 #42-22		Volver a llamar. Gerente no se encuentra

Figura 3. Base de datos de Clientes. Agencia The Ugly Duckling Company.

En este punto se recurrió a los archivos de la agencia que estaban almacenados desde mitad del año 2017 y lo que va del 2018 debido a que siempre se han conservado la mayoría de clientes y lo que no, ya se encuentran inactivos. Estos datos fueron almacenados en tablas de Excel donde se pudo encontrar la cantidad de clientes que recurren a los servicios de la agencia.

La base de datos no se tenía un orden específico ni clasificación alguna, todos los clientes se encontraban en la misma tabla. Las imágenes a continuación lo expresan:

A	B	C	D	E	F
26	Aldia	6305555	Cra. 16 #42-22		Volver a llamar. Gerente no se encuentra
27	Acecolombia	331 28 91	Cali	xxx	Katherine. Revisar eventos y ver si podemos participar en los congresos
28	Suricata labs	6577672	Cra. 31 #51-31		Enviar documentos. y próxima reunión el jueves 19 de abril a las 4 30
29	matachos	6474474	Cl. 49 #35A-41		reunión el jueves 19 con laura y david y la hermana. a David le sonó
30	walking pez	320 8759884	Cra. 36 #40-134		enviar correo a walingpezbga@gmail.com, visitar los sabados para hablar con el dueño
31	los almendros Bar	6455601	Cra. 36 #35-54, El Prado		pasar nuevamente por allí. podría interesarse, no comunican las promociones
32	Gigomania Cancha de Fut	6950404	Cl. 57, Ricaurte		autoriza uso de wifi para instalar el servicio y vender la publicidad
33	Toro McCoy	6894400	Cl. 31 #23-15		pasar a mediodia cualquier dia para hablar con la persona que decide o administradora encargada
34	Hampton By Hilton	6800111	Cra 33 # 46-07		Llamar a Jaro para asignar Cta
35	Holiday Inn Bucaramanga Cacique	6068001	Transversal Oriental Cl 93		
36	Hotel Chicamocho	680010	Cl 34 - 31-24		
37	Urbanas	6367466	Calle 30, N. 22-240 Cañaveral		
38	Qbica	6395555	Dos quebradas		
39	Inrale	320 2339371	Floridablanca		
40	Construcasa	6435550	Edificio Torre Mayor, Cl. 45 #28-61		
41	Innova	3006150826	Cl. 20 #32A-59,	info@constructorainnova.com	
42	marazul	6450263	Cra. 33a #30-13		
43	shangay	6477000	Calle 29 # 50-35		
44	vclub eventos	3173769742	Piedecuesta		Hosting y dominio. 10 actualizaciones
45	la casona	8467195 / 6531652	Calle 28 # 28-09		hacen entrevista y basado en eso entregan en 10 días y otra en 7 puedo hacer objeciones
46	toscana	6476666	Avenida Jardín #1		
47	HC Constructora	6433300	Cabecera IV Etapa		
48	Marval	642 2423			
49	Rodar	6444423	Cl. 61 #17F-05		
50	Muisca	6342203	Cl. 33 #28-74, La Aurora		
51	Urbateq	6959354	Cra. 28 #55A-55		
52	Zabdi	316 8782992	Cr 19 33-27P-4		
53	Urbamares	6307030	Cl. 36 #20-28		
54	Coldwell Banker	6326850	Carrera 36 #42-61, Cabecera		
55	medicars	6343500			
56	sacropolis				
57	la capilla funerales	6708888			
58	el mausoleo				

**Figura 4.** Base de datos de clientes. Agencia The Ugly Duckling

**Nota:** La tabla se encuentra clasificada por clientes, domicilio e información de contacto.

En las bases de datos almacenadas se pudo apreciar que los clientes que más demandan servicios de la agencia son el sector constructor y finca raíz, debemos incluir también a las cadenas de restaurantes y hoteles de la ciudad. Actualmente estas empresas son las que más requieren de servicios publicitarios de Ugly Duckling Company.

Ahora para poder determinar con exactitud el público destinatario y de la misma forma los productos que demandan, se necesitó dar paso a la tercera actividad del presente proyecto.

Se recurrió a la actualización de las tablas para posteriormente organizarlas por sectores:  
 Por un lado, el sector comercial y de entretenimiento y por el otro el sector de la construcción,  
 esto para poder ser más específicos y determinar los clientes que más ingresos aportan a la  
 agencia.

A continuación, se muestran los resultados:

	A	B	C	D
1	Cientes 2017 - 2018	Telefono	Domicilio	Servicios
2	Cacique Centro Comercial	6917722	Tv. 93 #34-99 El Tejor	Social W/ifi
3	Simbrah Parrills	316 6167345	Cra. 35a #54-79	Social W/ifi
4	marazul	6450263	Cra. 33a #30-13	social wifi
5	shangay	6477000	Calle 29 # 50-35	social wifi
6	vclub eventos	3173769742	Piedecuesta	Analitica W/eb
7	la casona	6467195 / 6531652	Calle 28 # 28-09	ecomunity manager
8	toscana	6476666	Avenida Jardin #1	Posicionamiento W/eb
9	Don Jacobo	6452769	Cra. 33 #41-20, El Prado	Social W/ifi
10	UDES	6501160	Calle 70 N 55-210	Social W/ifi
11	Copetran	6346456	Cra 32D #83	Pagina W/eb, Redes sociales
12	Sercasaf/gualito	3208219820	Km 4, Anillo Vial, Floridablanca	Social W/ifi
13	Ifz	6915485	Cl. 41 #37-02	social W/ifi, analitica web
14	Hotel Dann Carlton	6973266	Cl. 47 #2883	E-community Manager
15	Casino el dorsal	6700402	C.C Cacique, L. 408, Tv. 93 #34-99,	social wifi
16	Mercagan	6435370	Cra. 36 #45-51 San pio	Pagina W/eb, Redes sociales
17	Cinnamon	6959779	Cl. 42 #29-57 cabecera del llano	Pagina W/eb, Redes sociales
18	Tierra Santa	6797933	Cl. 36 #13-33	
19	Los olivos	6570058	Cra. 31 #52A-16	Redes sociales
20	San Pedro Servicios Funebres	6430275	Cl. 45 #27-71	ecomunity manager, seo
21	Las Colinas	6432020	Cl. 42 #27-59	Redes sociales
22	MEGA redil	6711171	Abarcon	Analitica W/eb
23	Más x Menos	6434345	Cra. 35 #44-136 Cabecera	ecomunity manager
24	El súper	6979707	ra. 33 #32-40, La Aurora	pagina web.
25	Comfenalco santander	6577000 ext 2150 operadora	Av. González Valencia 52-69	ecomunity manager
26	Zirus pizza	6410000 / 6960610	Cl. 56 #30-48	social wifi
27	Acecolombia	331 28 91	Cali	Analitica W/eb
28	Suricata labs	6577672	Cra. 31 #51-31	
29	matachos	6474474	Cl. 49 #35A-41	
30	walking pez	320 8759084	Cra. 36 #48-134	social wifi
31	los almendros Bar	6455601	Cra. 36 #35-54, El Prado	social wifi
32	Gigiomania Cancha de Fut	6950404	Cl. 57, Ricaurte	social wifi
33	Toro McCoy	6894400	Cl. 31 #23-15	Social W/ifi
34	Hampton By Hilton	6800111	Cra 33 # 46-07	Redes sociales, registro de clientes
35	Holiday Inn Bucaramanga Cacique	6068001	Transversal Oriental ClI 93	Analitica W/eb
36	Hotel Chicamocha	680010	ClI 34 - 31-24	ecomunity manager
37				
38				
39				
40				
41				

**Figura 5.** Cuadro de Restaurantes y Hoteles

**Nota:** Se detallan los clientes de este sector y los productos o servicios que demandan.



**Figura 6.** Cuadro Constructoras e inmobiliarias.

	A	B	C	D	E
1	Clientes	Telefono	Direccion	Producto/ Servicio	
2	Urbanas	6387466	Calle 30, N. 22-240 Cañaveral	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
3	Qbica	6395555	Dos quebradas	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
4	Inrale	320 2339371	Floridablanca	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
5	Manuel Jose Blanco Arq.			seo	
6	Construcasa	6435550	Edificio Torre Mayor, Cl. 45 #28-6	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
7	Innova	3006150926	Cl. 20 #32A-59,	Redes sociales, Posicionamiento	
8	HC Constructora	6433300	Cabecera IV Etapa	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
9	Marval	642 2423		ventas, posicionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
10	Rodar	6444423	Cl. 61 #17F-05	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
11	Muisca	6342203	Cl. 33 #28-74, La Aurora	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
12	Urbateq	6959354	Cra. 28 #55A-55	cionamiento web, analitica, redes sociales, campañas	
13	Zabdi	316 8782992	Cr 19 33-27P-4	Posicionamiento Web, VENTAS	
14	Urbamares	6307030	Cl. 36 #20-28	E-community Manager, Campañas Venta	
15	Coldwell Banker	6326850	Carrera 36 #42-61, Cabecera	Analitica Web	
16	Oteco	301 232 4672	Carrera 25 No. 35- 43	Pagina Web, Redes sociales	
17	Ti-ELEC ingeniera			seo	
18	Made	311 898 6141	Calle 36 # 31-39 Oficina 122	icionamiento Web, redes sociales, Campañas	
19	Consuegra Santos	6452525	Cl. 36 #34-42, EL Prado	ociales, ecommunity manager, ventas, campañas	
20	Proube	6577281	González #55-67	ventas, posicionamiento, campañas	
21	Aldia	6305555	Cra. 16 #42-22	ecomunity manager	
22	Elvira Diseños	3015967420	cra 36 #35-25	redes sociales	
23	Aria	6433232	CC Cabecera 4 etapa	posicionamiento web	
24	TH Carpinteria-Arquitectura		CLL 15 #14-23	Marca	
25	Reverzo	6574395		ecomunity manager	
26	CleaningColombia	3002666049	Av Bucaros	Manejo de Redes sociales	
27	Modulares	315 373 0124	Calle 41 # 27-63 Of. 502	de logo, Redes sociales, analitica web, campañas.	
28	La peninsula	6436772	Calle 36 No. 26-48	Posicionamiento, reimpulso de marca	
29	Urbacolombia	6960916	Cra 27 #54-10	Analitica Web	
30	EME Ing	6306440	An la Rosita	Email Marketng	
31					
32					

**Nota:** Se detallan clientes de este sector y los productos y servicios que demandan.

En la elaboración de las tablas se pudo analizar qué el producto que más demandan los hoteles y restaurantes de Bucaramanga es el Social Wifi.

El social Wifi es una herramienta adquirida en Polonia por la agencia de marketing publicitario The Ugly Duckling Company, y funciona a partir de un modem que abre acceso a internet en espacios grandes ya que tiene amplia cobertura, es algo parecido al funcionamiento de internet en parques o centros comerciales.

Este producto que permite captar base de datos de los clientes que ingresan a los establecimientos a partir de la conexión a la red wifi, en este punto se envía publicidad a los públicos que ingresan su información personal en los formularios procediendo a una segmentación automática de contenidos previamente planificados.

La publicidad que le llega a los usuarios es constante y posiciona a esta estrategia de marketing en una estrategia asertiva y funcional desde cualquier dispositivo.

Es por esto que tanto hoteles, como restaurantes y además las universidades optan por este recurso publicitario porque logra mayor control de visitantes, por ejemplo, una persona entra a un restaurante y hace conexión desde el Wifi del mismo restaurante, este le permite la conexión al usuario después de que introduzca datos específicos sobre gustos o afinidades, de esta forma se clasifica la información por usuario enviándole a esta publicidad constante de las ofertas del restaurante. Si bien, en este ejemplo podemos observar que el cliente sentirá un trato personalizado y el restaurante podrá establecer estadísticas y planear estrategias para conservar clientes y lograr el aumento de los mismos.

No obstante, a pesar de ser una herramienta novedosa en la ciudad y que ha gozado de mucha acogida en estos sectores, no asegura la fidelidad del cliente ya que este adquiere el servicio de la agencia y luego que este ya está en funcionamiento no recurren a otra clase de estrategias digitales.

(Social Wibox, 2017), define al Social Wifi o Wifi Inteligente como un servicio que completa estadísticas y se puede recurrir a él desde cualquier monitor con acceso a internet. Este dispositivo acumula datos de navegación, es decir, recolecta datos como “likes” y reacciones en torno a las publicaciones, además, captura aspectos como el sexo, edad, población e idioma, entre otros datos, de sus clientes, pudiendo hacer así un análisis más detallado con este servicio se puede detectar la localización a través de GPS si se ingresa por las redes sociales.

Adicionalmente, (Social Wibox, 2017), expresa que los Community Manager están usando estos servicios electrónicos porque ayudan potencializar las marcas y permite el control de lo que se publica con datos precisos. En la ciudad todos los sectores requieren también de estrategias

digitales para el buen funcionamiento de sus negocios, pero en menor número, debido a que la mayoría ya ha celebrado contratos con otras agencias de marketing digital, mayormente de Bogotá y Manizales. (*Ver Figura 6*).

Por otra parte, el sector de la Construcción y finca raíz requiere de estrategias de marketing más asertivas, entre las que se destacan el posicionamiento web, labores de Ecommunity Manager, Páginas Web, y campañas por redes sociales, todas estas encaminadas al incremento de ventas y posicionamiento en el mercado, por eso estas empresas recurren a las agencias y así lograr captar la mayor cantidad de clientes posibles.

Bien sabemos que Bucaramanga es una ciudad que se caracteriza por su crecimiento acelerado y apertura de negocios, donde constantemente se percibe el incremento de edificios y construcciones, convirtiendo a este sector en el principal generador de empleo.

El medio de comunicación online, (*Vanguardia Liberal*, 2018), realizó una publicación donde se afirma en palabras de Javier Echeverri, Country Manager de ManpowerGroup, que “la economía refleja mejorías, el consumo ha subido recientemente y las obras de infraestructura jalonan otras oportunidades de trabajo en los sectores de apoyo y complemento a dichas construcciones.”

Cabe resalta que estas empresas al solicitar frecuentemente estos servicios de publicidad y de estrategias digitales, las convierten en las principales fuentes de ingreso de la compañía, a los que también hemos denominado clientes potenciales, ya que estos servicios consisten en estrategias que requieren de tiempo y de una actualización contante para poder llegar a la cantidad de público posible, así se logran incrementar las ventas y atraer a futuros compradores.

El público objetivo en la realización del proyecto Revista Digital, será el sector de la construcción, este público aparecerá en la revista con fines publicitarios para exhibir aspectos entorno al tema que ocupan esta área, no se quiere solamente promocionar la compra y venta de inmuebles ya que lo que se busca es modificar el modelo tradicional con el que se diseñan y circulan este tipo de proyectos.

Una vez ya tenemos el público objetivo señalado con sus respectivas necesidades, se procede a la clasificación del contenido que será incluido en la revista.

El Manual de Revistas Electrónicas recomienda que “las revistas electrónicas tengan tres diferentes niveles: i) tabla de contenido o sumario. ii) resúmenes de los artículos. iii) textos completos.” (Universidad de Costa Rica, 2013)

Tenemos, Primeramente:

- Público objetivo: Construcción.

-Temas de interés:

- Constructoras
- Arquitectura
- Diseño de interiores
- Promoción de apartamentos
- Publicidad inmobiliaria
- Tecnologías y App para decoración
- Infraestructura
- Promociones
- Entrevistas

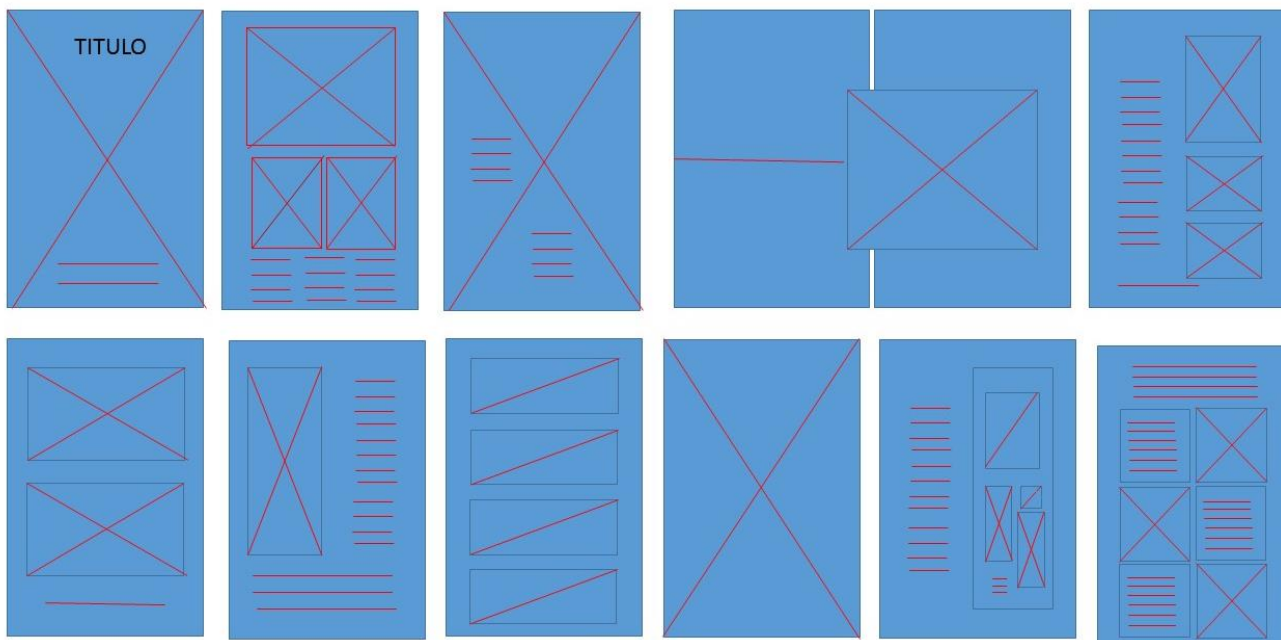
La revista cuenta con página editorial y para sus publicaciones se contó con la colaboración de expertos en los temas de obras civiles o similares. El contenido tuvo aspectos interesantes debido a que se abordó cada aspecto señalado con información nueva, atractiva y con imágenes elegantes proporcionadas en algunos casos por las mismas empresas, al finalizar la revista se le incluyó publicidad con un formato similar a la revista que normalmente usan para los bienes raíces, para eso se destinaron las cuatro últimas páginas de la revista.

No hay que olvidar que es una revista elaborada por una agencia de publicidad digital, por ende, impulsar a las empresas a través de este medio es una estrategia inteligente. Los contenidos requieren de artículos publicados periódicamente para demostrar su permanencia en la web o su estado activo en el negocio.

Cuando ya se tuvo claridad de los temas que serían incluir en la primera edición, se procedió a crear un boceto que fue nuestra guía para la elaboración de la revista online. Para el diseño cualquier programa de edición puede funcionar si de trazar lineamientos se trata. Aquí se comienza a dar paso a nuestra siguiente actividad.

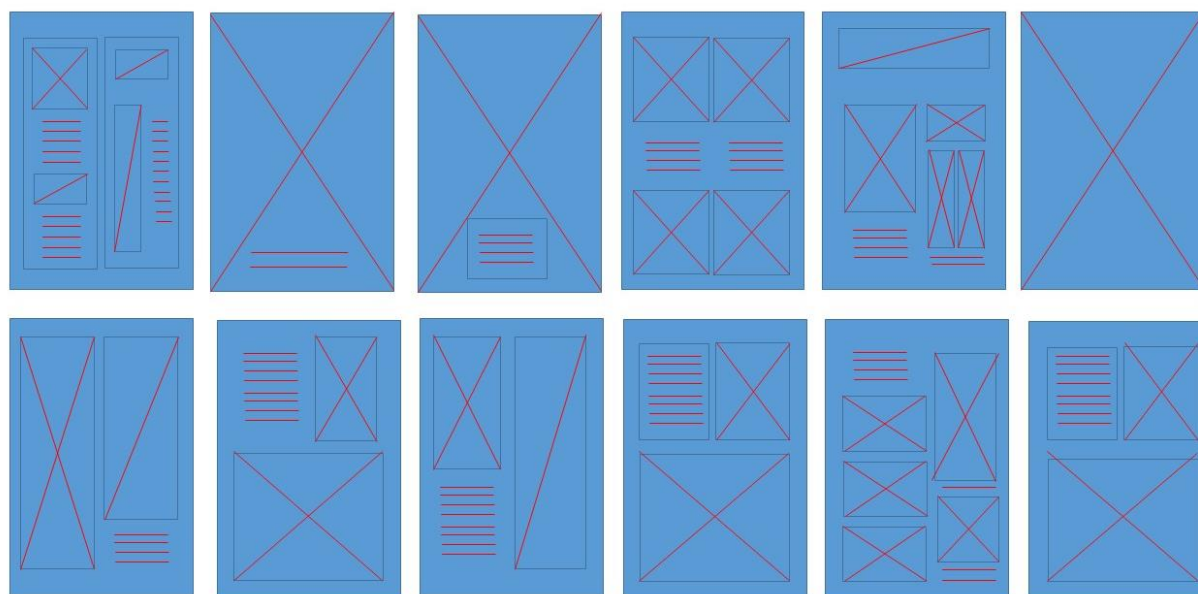
Esta tarea tenía como finalidad diseñar un modelo de revista digital obedeciendo a las necesidades del público objetivo y futuros clientes. El diseño de la revista se realizó de la siguiente manera:

### Actividad 1: Boceto para la Revista Digital “VivirSúper.”



**Figura 7.** Boceto para la revista VivirSúper

**Nota:** Los bocetos para las siguientes páginas se fueron diseñando en la marcha.



**Figura 8.** Boceto para la revista "VivirSúper"

**Nota:** Los bocetos para las siguientes páginas se fueron diseñando en la marcha.

## Capítulo 4. Revista VivirSúper

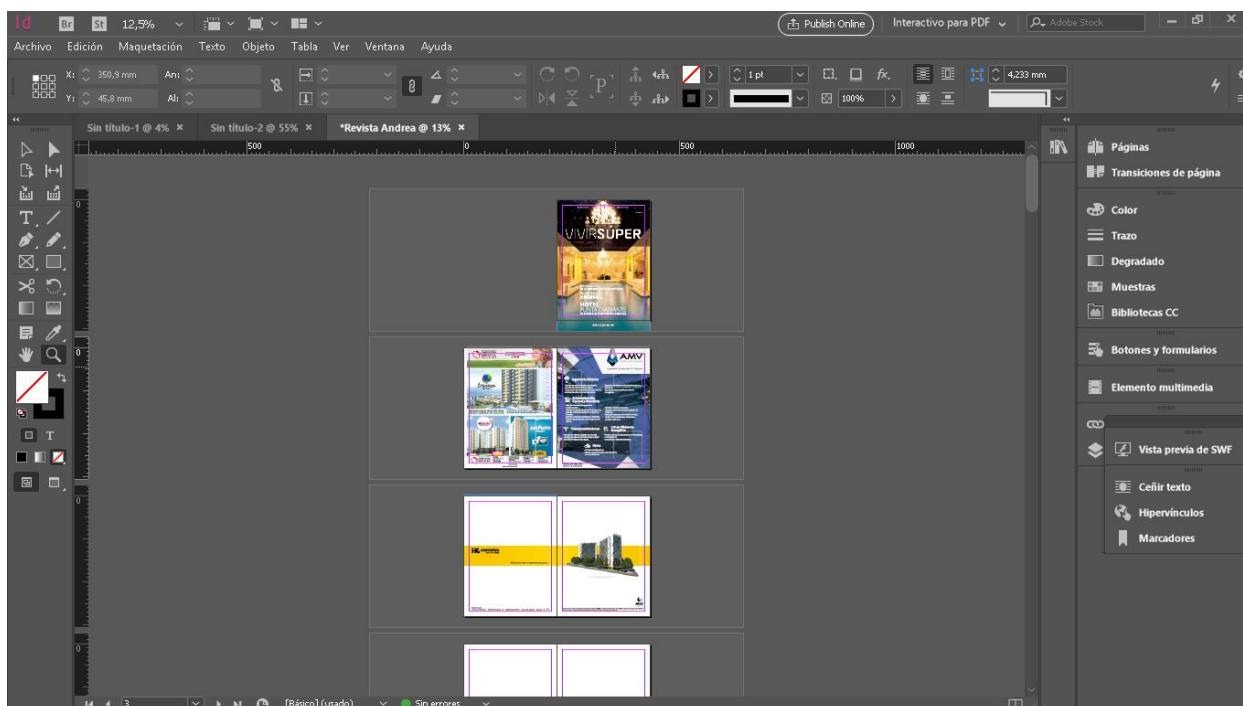
Una vez se trazó el diseño de lo que sería la posible revista digital, se procedió a la elaboración de la revista real en programas de edición. Para esto se utilizaron programas como: Adobe Illustrator - Adobe Photoshop – Indesign

Para la obtención del contenido muchas de las empresas que aparecerán en la revista proporcionaron parte de las imágenes debido a que se necesitaba mostrar sus proyectos de vivienda y construcción adelantados por ellos, se eligieron fotografías suministradas por el hotel punta diamante como portada y otras por el profesor de fotografía Juan David Acero.

Los textos fueron elaborados a partir de entrevistas a expertos y otras con colaboradores de este mismo sector a los cuales se les pidió un texto acerca de un tema específico en su área, el resto del contenido fue elaborado por la agencia The Ugly Duckling Company de la ciudad de Bucaramanga, añadiéndole además información publicitaria.

El nombre de la revista fue tomado de la misma marca VivirSúper, producto de la agencia y destinada al sector constructor.

Para la diagramación usamos el programa Adobe Indesign como se muestra a continuación:



**Figura 9.** Diagramación de la primera parte de la revista VivirSúper.

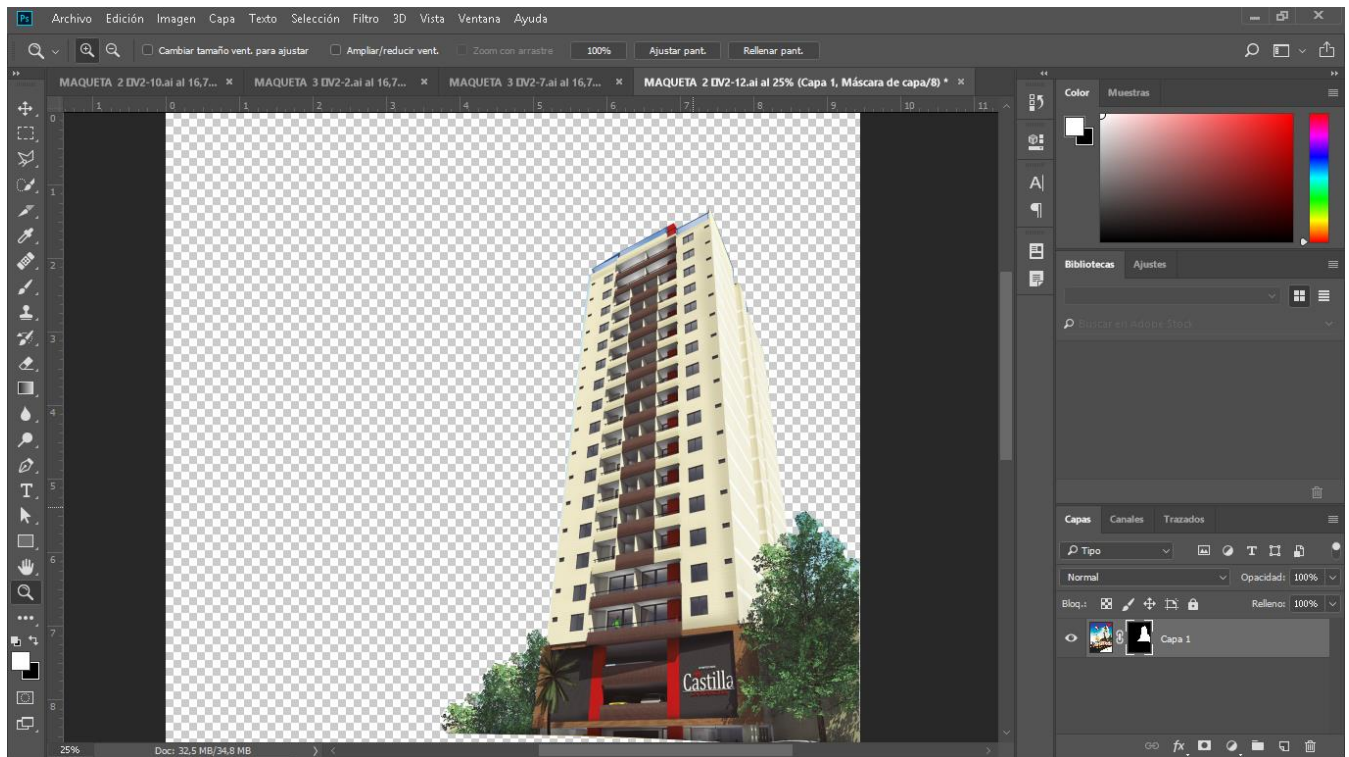
Se recurrió a esta herramienta debido a que es la mejor para el diseño editorial. Según la Revista (INESEM, 2017), con esta aplicación se logra realizar un plano para la publicación que se quiere imprimir, elaborando un documento PDF plano o interactivo con variedad de herramientas audiovisuales y que incluyen contenido para observar desde los dispositivos digitales como tablets o smartphones..

Así mismo, se usaron programas como Adobe Photoshop para la maniobra de imágenes, retoques digitales y mejoras en la calidad de la misma.

Un ejemplo se muestra en la siguiente imagen:



**Figura 10.** Proceso en Adobe Photoshop.

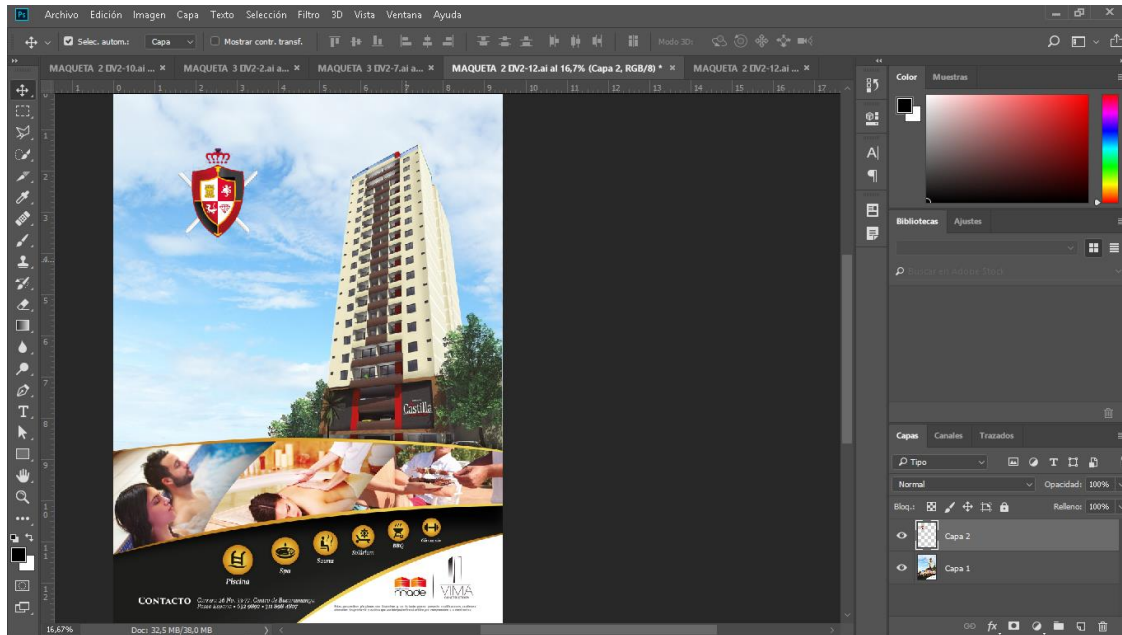


Diferentes portales Web aglomeran conceptos importantes para definir este programa.

Photoshop es una herramienta en la que se pueden crear imágenes con el mejor software de imágenes digitales del mundo, incluyendo herramientas de análisis y de edición en 3D, resultando perfecto para el trabajo de fotógrafos, diseñadores de impresión, webs, interactivos y profesionales de video. (SoftDoit, 2016)

En este punto se editaron imágenes añadiéndoles los logos de las empresas y fondos necesarios, así mismo se elaboró cada una de las imágenes que lo requieran.

**Figura 11.** Proceso de edición en Photoshop.



Finalmente se logró el siguiente resultado:



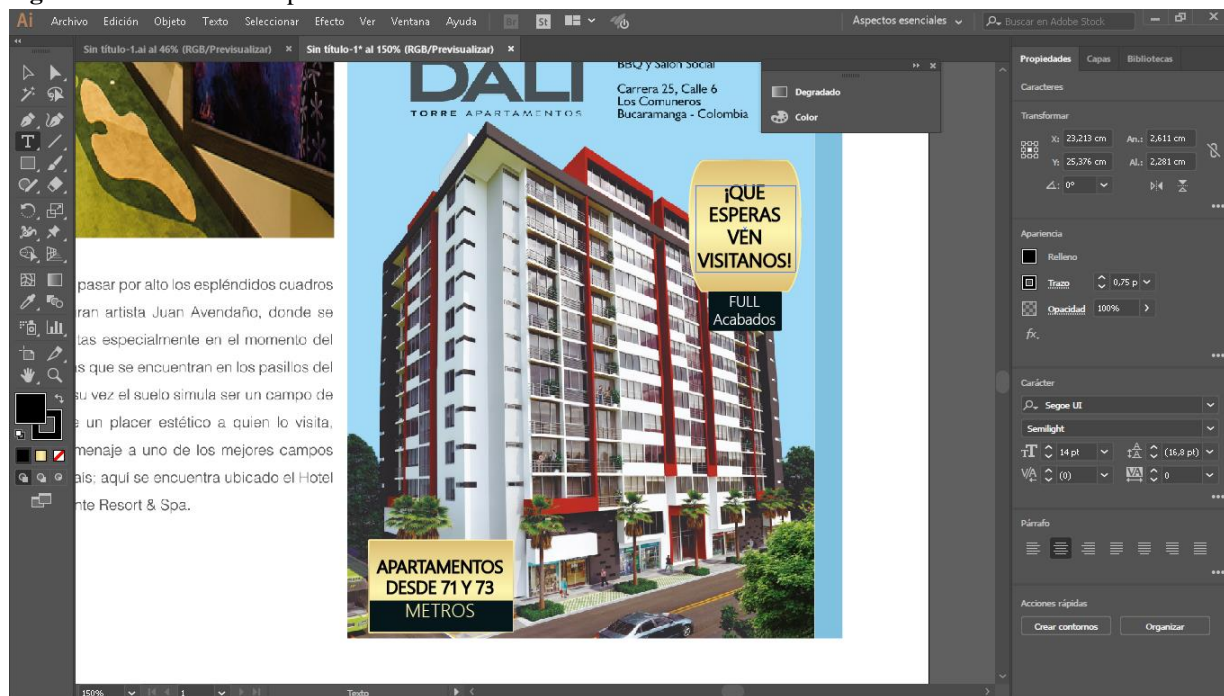
**Figura 12.** Resultado de edición en Adobe Photoshop.

Programas como Adobe Illustration fueron usados para incluir texto y gráficas.

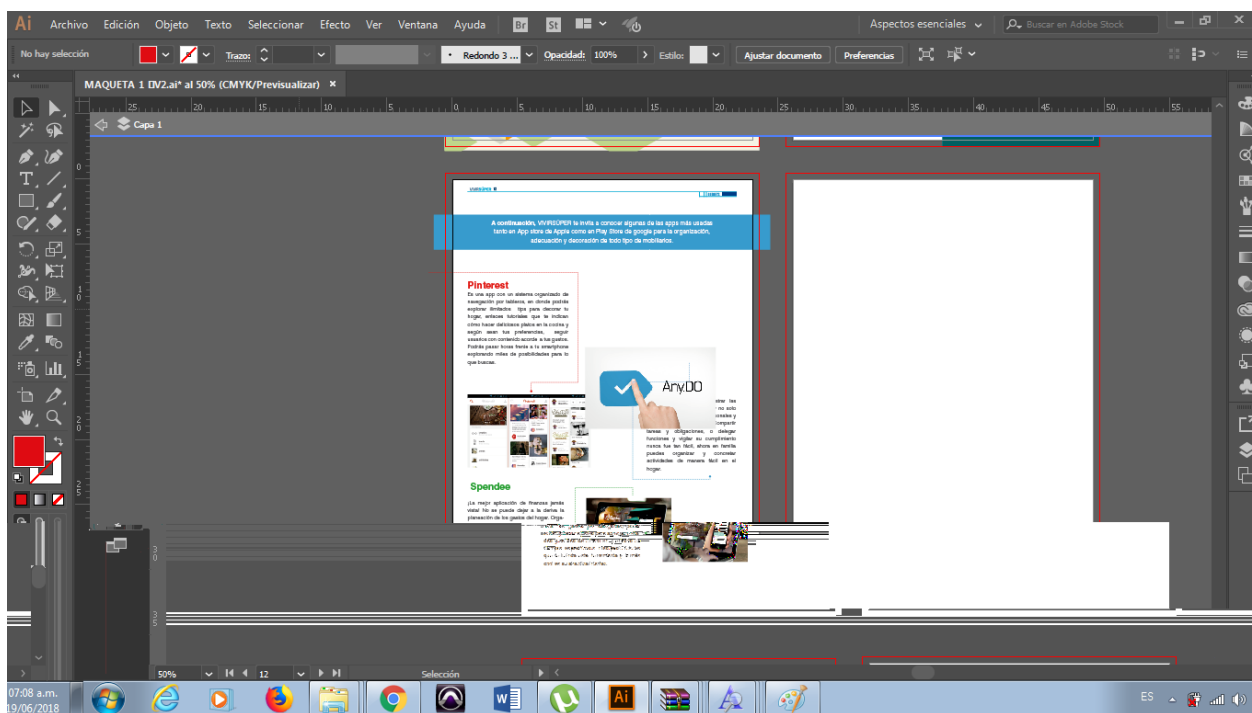
Esto teniendo en cuenta que es un programa de vectores que hace a la vez de pizarrón y facilita el trabajo creativo.

A continuación, unos ejemplos claros:

**Figura 13.** Proceso en AI para la inclusión de textos.



*Nota: Los programas fueron usados simultáneamente según la necesidad en el diseño.*

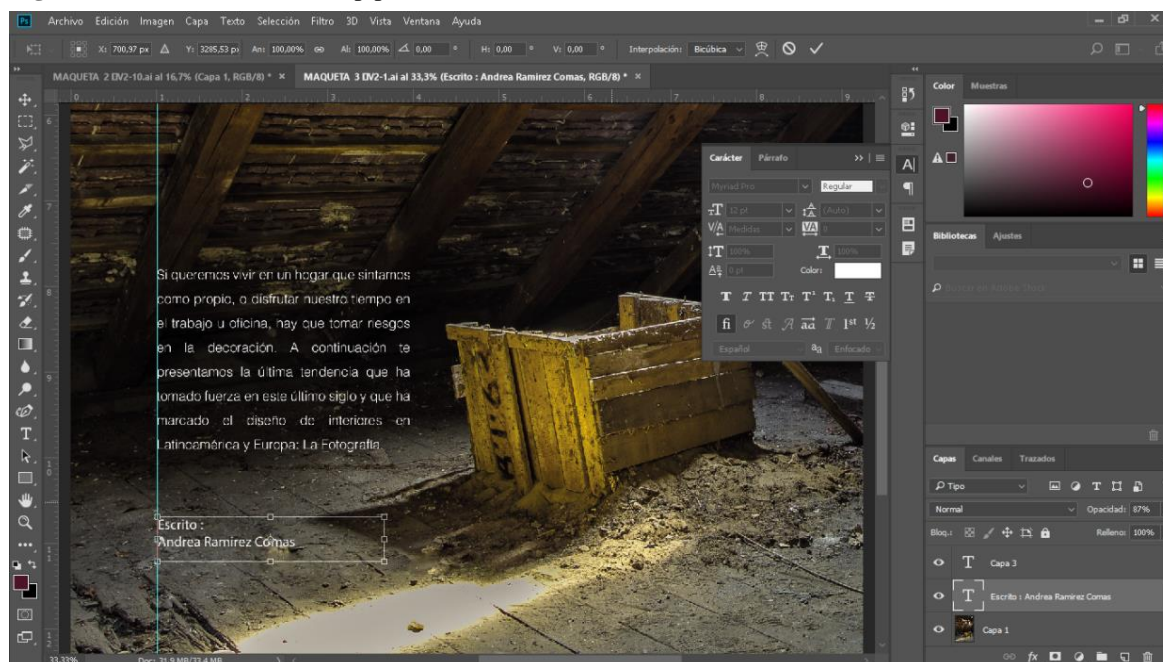


**Figura 14.** Proceso en AI para la inclusión de gráficos.

*Nota: Los programas fueron usados simultáneamente según la necesidad en el diseño.*



**Figura 15.** Proceso en Photoshop para inclusión de textos.

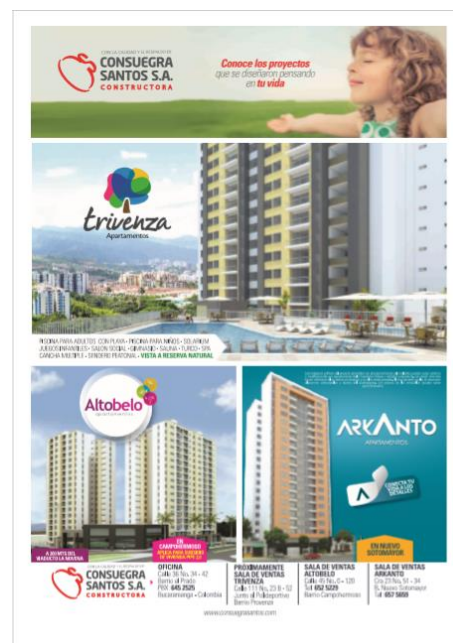


**Nota:** Los programas fueron usados simultáneamente según la necesidad en el diseño.

Una vez terminado el diseño de toda la revista, se procedió a convertirla en formato pdf para luego darle interactividad y posteriormente publicarla en la Web.

A continuación:

## REVISTA VIVIRSÚPER TERMINADA



**Ingeniería Eléctrica**

- Montaje de redes de media y baja tensión.
- Montaje de subestaciones y equipos.
- Construcción de instalaciones eléctricas internas.
- Montaje de redes de alumbrado público.
- Desarrollo de sistemas de iluminación exterior y decorativa.
- Montaje de sistemas de iluminación de emergencia.

**Automatización Control y Domótica**

- Montaje de sistemas integrados de automatización.
- Montaje de sistemas de detección de incendios.
- Montaje de sistemas de control de accesos e intrusión.
- Montaje de Circuitos Cerrados de TV (CCTV) y sistemas de visualización, monitoreo y control remoto.
- Montaje de sistemas de audio.
- Montaje de sistemas de control y guiado de puentes.
- Montaje de sistemas control de iluminación, sonido, aire acondicionado, chimeneas y cortinas, entre otros.

**Telecomunicaciones**

- Montaje de redes de cableado estructurado.
- Montaje de redes de telefonía analógica y digital.
- Montaje de redes de fibra óptica.
- Diseño y montaje de sistemas solares fotovoltaicos.
- Iluminación Led.
- Consultoría en Eficiencia Energética.

**I+D en Eficiencia Energética**

**Clima**

- Enfriadores Evaporativos.
- Diseño, cálculo y montaje para sistemas de aire acondicionado.

www.amvsa.com  
 @amvsa

**EDITORIAL**  
 ING. Victor Andrés Vilalba Vega  
 Página 8

**HOME APPS**  
 GADGETS  
 Página 10 |

**HOTEL PUNTA DIAMANTE- UN CRUCERO EN EL CORAZÓN DE BUITOQUE.**  
 ARQUITECTURA  
 Página 14 |

**RETAIL DESIGN, EQUILIBRIO ARQUITECTÓNICO COMERCIAL**  
 Página 26 |

**3D ART BUCARAMANGA ... DISEÑO Y DISEÑO**  
 TENDENCIAS  
 Página 30 |

**DECORA Y SIENDE / LA FOTOGRAFÍA EL ARTE DE EVOCAR**  
 FOTOGRAFÍA  
 Página 38 |

**HALL VIVIRSUPER / INFINITY SKY CLUB**  
 Página 45 |

**GLITZ BY TOTE**  
 ESTILOS  
 Página 48 |

**BUCARAMANGA... EN LA MEMORIA DE SUS CASAS VIEJAS**  
 ARQUITECTURA  
 Página 50 |

**LIFE VIVIRSUPER**  
 Página 54 |

**SHOWROOM**  
 Página 58 |

**4-72**  
**Confía en 4-72,**  
**el servicio de envíos de Colombia**

Unidad de atención al cliente:  
 (57 - 1) 472 3000 en Bogotá  
 01 8000 111 310 a nivel Nacional

www.4-72.com.co

**COOPROFESIONALES**

**HC constructora**  
 Espacios con **Diseño**

El Diseño hace que la competencia desaparezca.

Mayor información:  
 • C.C. Gabones # Elías 84, 401 • FÓN: (7) 443 3300 EXT: 137-118 • Celular: 314 670 4541 • Bucaramanga - Santander • Siprentes en:

**SMART**

Proyecto ubicado a 300m del C.C. D'Acuerdo en Paracurá, Santander. SMART de 3 edificios con Contas desde \$1.115.589 y de 2 edificios con Contas desde \$855.794.



Proyecto Sin Igual  
Calle 20 No. 6-63  
Floridablanca  
Carga Plazo  
Calle 44 No. 34 - 30  
Cabecera  
Donde la distinción y la comodidad convergen...

Estamos preparando un proyecto que lo dejará sin habla...  
Pronto...

www.mardel.co  
**Mardel** constructora  
Realizables que superan las expectativas.

Construmardel  
Construtora mardel  
Construtora mardel

# HOME Apps

**Life 200**  
APARTAMENTOS & CLUB  
¡Permita que el Gobierno le ayude a pagar su vivienda!  
¡Desde 189 millones sobre planos!

SEPARACION \$3.000.000

**Bosques de Baviera**  
para estrenar

¡Desde 188 millones entrega inmediata!

SALA DE VENTAS  
Sector "papi quiero piña" Calle 200 N°25-12  
A pocos metros de la Autopista  
PBX: 638 3777 / 630 7030 / 301 740 3151

UrbanMeres

## Cultura del Ahorro

Ante la reciente y creciente aparición de rumores, publicaciones, notas radiales y televisivas haciendo alusión a un eventual escenario de desabastecimiento energético en el país y ante la poca realidad algunas reflexiones al respecto.

Colombia, cuya capacidad de generación energética proviene del aprovechamiento de sus recursos hídricos en una cifra cercana al 67%, por medio de embalses en grandes centrales de generación y cubriendo que el nivel de estos embalses depende lógicamente de la cantidad de agua lluvia recolectada por los afluentes de los ríos respectivos, así como, en un año predominantemente seco, con uno de los veranos más secos de la historia reciente del país, el panorama no deja de ser cuando menos inquietante.

Nos preguntamos entonces si en una nación con antecedentes relativamente recientes y bastante graves de apagones y racionamientos controlados ¿no habrán tomado las precauciones del caso? en este sentido hay que decir que se "hizo bien la tarea", el estado colombiano en 20 años ha destinado recursos importantes al fortalecimiento y ampliación de su capacidad de generación, hasta el punto de contar con suficiente reserva para vender energía a otros países.

Esta realidad nos da un punto de tranquilidad, pero, ¿por qué persiste entonces la zozobra y la preocupación por el nivel de nuestras reservas?, la respuesta tiene que ver con el restante 30% de energía generada en su mayoría a partir de la quema de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos en centrales térmicas. El problema aquí es mucho más complejo ya que factos como la escasez de gas, la carencia de combustibles líquidos y un precio del barril de petróleo (BRENT) que sin embargo a la generación históricamente baja, han vuelto insostenible para importantes centrales térmicas el abastecimiento de energía en momentos en que el país, todo lo requiere.

Necesitamos cuidar el agua en las reservas, no sabemos qué tan fuerte y hasta cuándo se entenderá. El subvención para estas empresas... El día siempre... aumento en las tarifas más nuestra responsabilidad como usuarios en afianzar la cultura del ahorro con nuestros hogares. Y la inversión en por supuesto a utilizar el recurso energético de la forma más eficiente posible. Por ejemplo en Medellín una de las ciudades que más se destacan por sus edificaciones que por disminuir en una hora el tiempo en el que las lavadoras permanecen encendidas. Se calcula que esta iniciativa se traducirá en un ahorro cercano al 10% en el consumo energético, el principio es fácilmente adaptable a nuestros hogares, no se trata de prescindir en el uso de electrodomésticos, sino tratar de no dejar los encendidos todo el día, debemos tomar consciencia cada vez que dejamos la puerta de la nevera o la llave del Grifo abierta y innecesariamente, estamos desperdiciando recursos, con esta premisa incorporada actividades en nuestro proceder, podemos estar tranquilos haciendo una buena tarea.

**Victor Andrés Villalba Vergara.**  
ING. ELECTRICISTA.  
Gerente Ejecutivo  
TIELEC INGENIERÍA SAS.

Dirección General: José Luis Plata Calderón. Coordinación Comercial: Jorge Luis Gómez Sánchez. Consejo Editorial: Héctor José Acosta Córdoba y José L. Plata. Fotografía: Álvaro Martínez, César Pardo (Medellín), Juan David Acosta, Dalila Plata Cárdena, Constanza Gaitán y Daniel Andrés Barrios y María Utrera. Desarrollo web: Constanza Utrera. Estrategia Digital: Mariana Ariza. Redacción y Colaboración: Alexander Canavieja, Anyelchito Jarama, Fabián Alvarado Delgado Gómez, Angel Camalí, José Luis Martínez, Andrea Ramírez. VIVEREIN es un producto de THE LOCAL CREATING COMPANY SAS.

**H**oy en día las tareas del hogar no están limitadas a una sola persona. En ellas participan todos los miembros de la familia y es posible utilizar aplicaciones y los dispositivos móviles a nuestro favor para lograr organizar nuestro hogar de forma sencilla, desde un gesto de tener hasta una aplicación que controla los gastos del hogar.

Ser adulto significa, entre otras cosas, que tienes que ocuparte de que haya comida en la nevera y de que la casa no se te caiga encima, así sea tan solo porque si no vas a comprar comida, ésta no se va a materializar sola frente a ti mientras estás echado en el sofá viendo Netflix. Todos aquellos que así lo hacen, pero no. Mantener un hogar productivo y ordenado requiere cierta dedicación.

Gracias a la tecnología, el esfuerzo que tenemos que hacer para mantener cierto control del estado de nuestro hogar es mucho más fácil ahora, con herramientas para recordar, organizar y llevar un inventario de todo lo que necesitas hacer y comprar. La fuerza de voluntad para hacerlo, eso sí fíjate que buscarlo en otro lugar.



**PROYECTO ZENTRI**  
 - 10 pisos con wifi  
 - 71 apartamentos  
 - 8 locales comerciales

\*Año de lanzamiento: 2017  
 30.780 - 514.721.000  
 \*Categoría de lanzamiento: Premium  
 Edificación Bogotá



**ZONA SOCIAL :**



\*DIRECCIÓN PROYECTO  
 Calle 35 # 22 - 50  
 Centro Histórico - Bogotá

\*VENDEDOR  
 57 (7) 6 35 9839 - 6 45 2586  
 6 35 2860

\*CEL. 305 317 2917

Manuel Jose Blanco Diaz S.A.S.  
 Cta. Constructiva

FAN PAGE  
 Manuel Jose Blanco Diaz S.A.S.

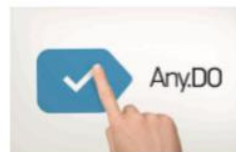
WWW.MANUELJOSEBLANCO.COM.CO

Manuel Jose Blanco Diaz S.A.S.

A continuación, VIVERSOPER te invita a conocer algunas de las apps más usadas tanto en App store de Apple como en Play Store de google para la organización, adecuación y decoración de todo tipo de mobiliarios.

**Pinterest**

Es una app con un sistema organizado de navegación por tableros, en donde puedes explorar limitados tips para decorar tu hogar, videos tutoriales que te indican cómo hacer deliciosos platos en la cocina y según sean las preferencias, seguir usuarios con contenido acorde a tus gustos. Puedes pasar horas frente a tu smartphone explorando miles de posibilidades para lo que buscas.



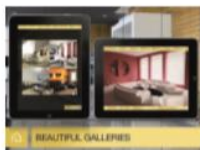
**Any.do**

Con any.do puedes administrar las tareas desde un solo lugar y no solo eso, puedes crear listas personalizadas y lo más importante, grupales. Compartir tareas y obligaciones, o delegar funciones y vigilar su cumplimiento nunca fue tan fácil, ahora en familia puedes organizar y concretar actividades de manera fácil en el hogar.



**Spendee**

¿La mejor aplicación de finanzas jamás vista? No se puede dejar a la deriva la planeación de los gastos del hogar. Organizar los gastos por categorías, poder editar y hacer ajustes para agrupar entradas y salidas de dinero en periodos de tiempo, especificos son las posibilidades que te brinda esta herramienta y lo más cool es su atractivo interfaz.



**Dream home**

Es la mejor colección en diseño de interiores y decoración, limitadas ideas para mejoras en el hogar. Incluye apartamentos, arquitectura, dormitorios, muebles, cocina, baños. la mejor referencia digital en decoración en donde puede obtener las ideas que quizá le hacen falta para tener el espacio de sus sueños.



**Supertruper**

¿El super y olvidar comprar algo es inevitable o inútil? Por esa razón recomendamos Supertruper, una completa app para elaborar una o varias listas colaborativas (se pueden compartir con amigos o familiares) con los productos que más falta nos hacen, esta app permite al usuario añadir los productos directamente a la lista a través del lector de código de barras. La aplicación tiene una base de datos de más de 250.000 productos y precios que se actualizan a diario. De esta forma, 'Supertruper' muestra y compara los distintos precios de un mismo producto en los diferentes supermercados.

**Vendemos**  
 apartamentos a su medida.

**CRECIMIENTO**  
 Descubrimos juntos el hogar a su medida. Atendemos sus necesidades financieras logrando prosperidad y crecimiento para los bienes de su familia. 4

**INVENTARIOS**  
 Accede en tiempo real a nuestro inventario actualizado, encuentre las mejores y diversas opciones del momento. 3

**VERIFICADO**  
 La información, documentación, estado del inmueble, trámites y todo lo necesario verificado para darle seguridad y confianza. 2

**ACOMPANIAMIENTO**  
 Permite capacidades para brindarle la información necesaria y guiarle en el proceso mientras usted escoge su nueva propiedad. 1

un Usado,  
 siempre una buena idea.

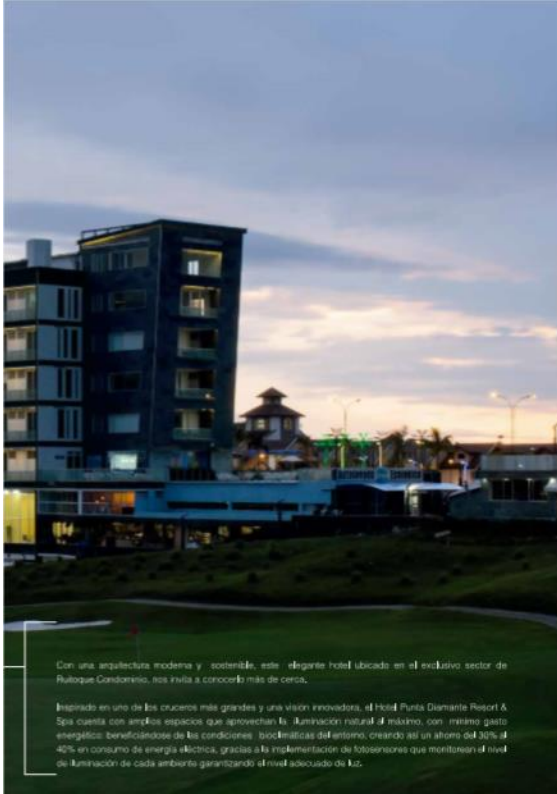


© 57-317 428 8147  
 Centro de Negocios Ciudad Sur  
 75 Suramericana - Bogotá - COCOT  
 Calle 26 N. 42 - 13 Local 1  
 ventas@vendemos.com.co



**Hotel**  
 Punta Diamante





Con una arquitectura moderna y sostenible, este elegante hotel ubicado en el exclusivo sector de Rubique Condominio, nos invita a conocerlo más de cerca.

Inspirado en uno de los cruceros más grandes y una visión innovadora, el Hotel Punta Diamante Resort & Spa cuenta con amplios espacios que aprovechan la iluminación natural al máximo, con máximo gasto energético: beneficios de los condicionales, bombillas led, sensores creando así un ahorro del 40% al 42% en consumo de energía eléctrica, gracias a la implementación de fotosensores que monitorean el nivel de iluminación de cada ambiente garantizando el nivel adecuado de luz.



No podemos pasar por alto los espléndidos cuadros al óleo del gran artista Juan Avenidas, donde se captan gólfistas especialmente en el momento del "swing", obras que se encuentran en los pasillos del hotel, que a su vez el suelo simula ser un campo de golf, otorgando un placer estético a quien lo visita, haciendo homenaje a uno de los mejores campos de golf del país; aquí se encuentra ubicado el Hotel Punta Diamante Resort & Spa.

www.ariasmobiliaria.co

ARRENDOS  
VENTAS  
PROTECCIÓN

Para nosotros el objetivo principal es administrar de manera eficiente su vivienda, local, oficina o negocio, generando más a más la seguridad y rentabilidad que usted merece.

**NO COBRAMOS GASTOS POR PUBLICIDAD.**  
(Impuestos, Fletes, Retiro de Bienes e Ilegal)

**RECIBA PUNTUAL SU CANON DE ARRIENDO.**  
El primer día de cada mes.

Centro Comercial Callesways 4 Esq. Local 1072 - Carrera 33 A No. 49 87  
**TELS: 57 (7) 6433232 - 317.4402761**  
ariasmobiliaria@gmail.com

Apartmentos desde 137 MILLONES  
incluyendo impuestos

Tiempo de 13 años de experiencia  
1 y 2 Alquilados  
Construcción  
Climatización, Hidro y Calefacción  
RNC y Salvo Honor

Carrera 25, Calle 9  
San Lorenzo,  
Barranquilla - Colombia

**21 MESES DE PLAZO**  
FULL ACREDITADO

RENTAS  
BBVA



La arquitectura sostenible es una de las alternativas que varios países han emprendido para disminuir el uso de recursos naturales y aprovechar los residuos que pueden ser reutilizados. Esta estructura maneja elementos constructivos sustentables de bajo impacto tanto en su producción como en su montaje, siendo un novedoso concepto en construcción térmico-estructural, utilizable en entornos, murales y techumbre, además, cuenta con un sistema que permite generar agua, mediante la captación y el aprovechamiento de aguas lluvias y la reutilización de aguas grises mediante un proceso de tratamiento para poder ser utilizadas en funciones como: sanitarios, riego de jardines y lavado de pisos.

Inspirado en el Episo Crucero "Quantum of the Sea", le da un plus, innovando en diseño arquitectónico, haciéndolo visualmente atractivo. En sus 107 habitaciones Premium se visualiza el confort y la elegancia que caracteriza a los mejores espacios con aire minimalista y con tecnología doméstica, en los cuales cada detalle fue pensado para ofrecer una experiencia inolvidable en cuanto al diseño ecológico. Además cuenta con 10 Suites dentro de las cuales, los espacios se viven y se sienten de manera diferente, ofreciendo en cada una de ellas un diálogo entre el confort interno y el encanto del paisaje exterior.







**ARTE con ELVIRA**  
diseño de interiores



**IED**  
INSTITUTO  
VENEZOLANO  
DE DISEÑO  
INTERIOR


Cra 36 # 35-25  
57 7 6356016  
301 596 7420  
www.arteconelvira.co  
arteconelvira@hotmail.com  
contacto@arteconelvira.com

**Elvira Murillo Castillo**  
Arquitecta

LA ESCULTURA

LA ESCULTURA

La escultura de un caballo brinco del artista Waney también hace parte de la colección de arte, ubicado en el segundo piso junto a la réplica del caballo brinco del pintor Romero Brito quien se inspira en la combinación de elementos del cubismo, estereotipados, arte pop y graffiti. Además de esto, se encuentra un puente, que simula el puente de embarque de un crucero.

Las piscinas se extienden paralelamente hacia el costado orientado del hotel con una carretera hacia el interior que acaba fundiéndose con el paisaje del trayo 15. Esta conexión hace famosa la distinción entre interior y exterior, una gran línea de orilla estructural en el concreto de la cascada establece un vínculo visual con la piscina por debajo. El espacio reservado para el recreo de piscinas bordea el hotel aprovechando de manera muy eficiente las condiciones del terreno y de la arquitectura del mismo, con un estilo moderno y minimalista que consta de líneas rectas y formas simples con pocos ornamentos.




disfruta todos los espacios  
**De tu hogar**



Nuestro showroom  
en Bucaramanga

**th**  
timberhome  
muebles, decoración

Cocina  
-Muebles o comercial

timberhome.co  
timberhome  
www.timberhome.co  
Calle 35 # 34-23 Bucaramanga  
678890 - 317 362 8855

**blum**



LA ESCULTURA

LA ESCULTURA

El objetivo de diseño fue obtener un paisaje tropical con cascadas, playas y palmeras en su propio jardín, una ventiladora eléctrica y el suelo de muchos. Los vasos conestrados en hormigón cuentan con un sistema innovador para revestimiento llamado porcelana, el cual impermeabiliza de forma muy eficaz y proporciona una mejor estanqueidad debido a que forma una capa en las paredes. Los espacios de circulación se articulan por pasajes contiguos al restaurante Punta del Este, una barra de bebidas y zona de panes. La protección se realiza en elementos de acero y vidrio en los alrededores de forma sólida, todas estas hermosas piezas de arte entran en armonía con el diseño arquitectónico permitiendo disfrutar de un espacio cómodo y placentero.




**Castilla**  
LA MANCHA

PARA VIVIR COMO REYES,  
EN UN PROYECTO CON  
LAS MEJORES UBICACIONES.

**CONTACTO** Carrera 26 No. 33-77, Centro de Bucaramanga  
Paseo España • 602 9890 • 311 898 4807

LE SUPER N

LE SUPER N

# Retail Design

Equilibrio arquitectónico comercial

Al ante de la construcción de espacios que concebimos como arquitectura, no se la escapan las locales comerciales, tiendas y restaurantes, que respondiendo a las exigencias del cliente día a día demandan un mejor diseño interior, en una relación entre la creatividad y el mercado; a esta suma de disciplinas es a lo que llamamos Retail Design.

Aquí el principal objetivo es el diseño del consumidor en su experiencia de compra, cada espacio está diseñado especialmente a favor del producto que se está vendiendo, por lo tanto, cada diseño cuenta con diferentes categorías en los espacios y cómo se van a mostrar los productos.

Cada tienda maneja una temática y un concepto diferente, el diseño crea una experiencia única para el consumidor donde es una invitación abierta a comprar. El diseño y el local funcionan como el fondo donde se resalta el producto dentro del mejor ambiente posible, cada consumidor es diferente para cada marca y cada producto.

Las tiendas son como seres vivos, siempre están cambiando; la mercancía varía dentro de ellas y el diseño se contempla desde un principio para combinar con estos cambios en donde el cliente se sienta a gusto con lo que va encontrando a medida que explora el espacio sin sacrificar la calidad de este. Esto requiere investigación por parte del diseñador sobre la relación entre determinado producto y su público objetivo, para un buen espacio comercial se estudian aspectos del comportamiento del cliente dentro de las tiendas y como ofrecerle gratis experiencias al momento de visitarlo.

**TE TIELEC**  
INGENIERIA

- DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS RESIDENCIALES E INDUSTRIALES
- CONSULTORIA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE REDES ELÉCTRICAS Y DE COMUNICACIONES.
- DIAGNÓSTICO DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS.
- MANTENIMIENTO DE EQUIPOS E INSTALACIONES ELÉCTRICAS.
- ESTUDIOS E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE ENERGÍAS RENOVABLES.

**ANALIZADOR DE REDES**

**TERMOGRAFÍA**

Dirección: Calle 17 # 29-34 local  
Teléfono: 6 52 7752 - 316 828 6419  
Página Web: [www.tieelecgenera.com.co](http://www.tieelecgenera.com.co)

BUCARAMANGA

**Nutrimexzclas y Aceites**

LE SUPER N

LE SUPER N

Cuando encuentras un buen diseño de una tienda el cien por ciento del espacio debe tener un propósito, el tráfico dentro de la tienda es el resultado del análisis del flujo de personas y de los patrones que posee el consumidor por donde transita, donde se hacen paradas, como se ingresa, etc. La iluminación está pensada para darle importancia a puntos clave dentro del espacio, resaltar el color, incluso para generar calidez en los ambientes, cada tipo de mercancía tiene diferentes requerimientos de iluminación. Los materiales son estéticos y funcionales a la vez, están pensados en el alto tráfico y en el mínimo de mantenimiento pero de igual manera transmiten calidez al visitante, tienen que ser el fondo complementario a la mercancía que contrasta con estos.

La marca hace parte del diseño, es de uso moderado, el cliente no puede verse saturado de la marca para no generarle estrés, el buen uso de esta atrae y estimula al cliente y está directamente relacionada con el tipo de mercancía que se ofrece y con el espacio diseñado. Toda la tienda debe estar al alcance visual del cliente, los espacios ocultos son espacios que sacrifican las ventas y la manera de medir un diseño comercial no es por críticas arquitectónicas sino por el margen de las ventas del local, además un retail design exitoso es aquel en el que el cliente regresa.



**REVERZO** CENTRO DE DISEÑO INTERIOR

TAPETES Y ALFOMBRAS,  
MUEBLES DE EXTERIORES,  
COLCHONES, MOBILIARIO,  
PERSIANAS, TOLDOS,  
SALAS Y SOFÁS,  
COMEDORES, PISOS, ACABADOS  
Y REVESTIMIENTOS  
ARQUITECTÓNICOS,  
PAPEL DE COLGADURA.

CALLE 48 N° 27 - 77  
BUCARAMANGA - COLOMBIA

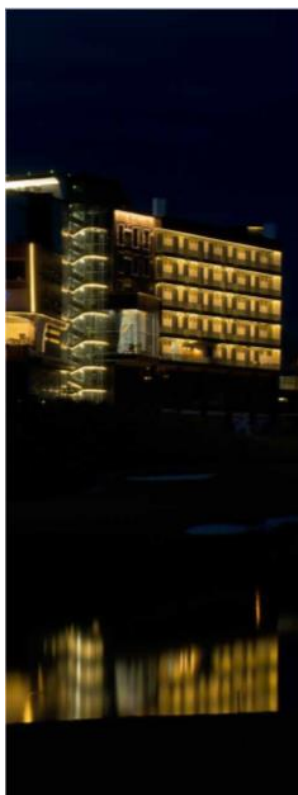
**310 2534 453**  
**300 6434 132**  
**6 57 43 95**

reverzo@outlook.com

**3D-ART**

**3D ART**  
LAMINAS DECORATIVAS

La construcción verde en interiores es un tema que día a día toma mayor importancia en el mundo entero, se ha convertido en tendencia. El bambú, un elemento 100% natural está jugando un papel importante en el tema funcional y decorativo. Sus laminas, fabricadas en este material, dan vida a cualquier ambiente a través de patrones limitados en el diseño, totalmente personalizables para adecuar cualquier espacio a gusto y medida de cada persona.



**artcos**  
EXTRAS ALUMINOS Y POLICARBONATOS

**CS CD CP**

**DISTRIBUIDOR AUTORIZADO ARKOS**

POLICARBONATO ALVEOLAR  
TEJA EN POLICARBONATO  
TEJA TERMO-ACUSTICA  
MADERA PLÁSTICA

**FABRICAMOS TODA CLASE DE DOMOS Y CUBIERTAS.**

**ENTREGAMOS SU PEDIDO EN OBRA. DESPACHOS A TODO EL PAIS**

**FABRICAMOS TODA CLASE DE AVISOS Y SENALIZACIÓN**



- Distribuidor autorizado en el Estado de ACARIÑO
- Fabricamos toda clase de AVISOS
- Avisos Luminosos en: Aeroportos - Puentes - Mares
- Toda Clase de Señalización De oficina - Seguridad Industrial - Vial etc.

**TENEMOS LA MEJOR CALIDAD AL MEJOR PRECIO**

**ACRIPOLY SAS**

ACRIPOLY ALUMINOS Y POLICARBONATOS  
ENRIQUE ANDRÉS REJAS  
TEL: 3002255 3234343434  
enriquer@acripoly.com  
Carretera de Mar. Arevalo Bucaramanga  
www.acripoly.com

**RESUMEN**

**INTRODUCCIÓN**

Los elementos protagonistas de los espacios principales del hotel son las magníficas piezas de arte entre las que se destacan la imponente lámpara que se encuentra en el techo del lobby, obra del artista bunangués Darviel Castillo Serrano, junto a "un paseo en las nubes", mural que se encuentra en la recepción del hotel, arte que destaca por sí solo, permitiendo contemplar el trabajo del vidrio termoforado; además se pueden admirar los cuadros de arte parisiens de los años 70; obras del maestro Pacheco Surati, que nos irradian un toque de frescura en sus tonos y nos evocan a esa época.



## CONSTRUCCIONES METÁLICAS CRISMARYER S.A.S

Líderes en diseño, fabricación y construcción de estructuras metálicas



Somos fabricantes de :

- Estructuras metálicas para bodegas
- Escaleras tipo avión
- Corramientos
- Portones metálicos y en aluminio, mecánicos y automáticos
- Todo lo relacionado con ornamentación

**CONTAMOS CON EL MEJOR EQUIPO DE TRABAJO**

**CONTÁCTENOS**  
3158311816 / 6584437  
[www.metalicascrismaryer.com](http://www.metalicascrismaryer.com)



Los paneles decorativos 3D son elaborados a base de fibra de bambú lo que lo convierte en un producto eco – amigable y es considerada como una de las mejores alternativas en cuanto a fibras orgánicas por ser sostenible, amigable con el medio ambiente y comparte propiedades con el algodón, incluso le añade características y cualidades excepcionales. Es extraído al 100% de la pulpa de la caña de bambú, proviene de cultivos con ciclos renovables cortos por lo que sería una fibra con un alto valor ecológico.



Lo único que se requiere para su instalación es que este panel sea colocado sobre una superficie lisa y sin presencia de humedad y esta puede ser de madera, vidrio o estuco. Los tiempos de entrega de obras son un problema del diario vivir en el mundo de la construcción y en el diseño de interiores y con esta lámina se tiene ventaja en que la instalación es muy fácil y por ende los tiempos entrega son muy cómodos así como también es su mantenimiento y limpieza.





**Cleanmax Colombia**  
Mantenimiento y Restauraciones



**CERTIFICADO**  
MANTENIMIENTO



- ☑ Remediaciones y Trabajo de Brindis
- ☑ Bocinas y Proyectos Acústicos en
- ☑ Hoteles, en Grand y Apartment
- ☑ Ingeniería de Cubiertas y Fachadas
- ☑ Construcción de Pisos
- ☑ Reparación Locales

Av. Bucarama No 60 - 13, Tl. Of. 401  
Teléfono 642 2154  
Celular: 300 265 6049  
Bucaramanga - Colombia  
e-mail: [cleanmaxcolombia.com](mailto:cleanmaxcolombia.com)

**EL ESPESOR 4**

**EL TRABAJO**

"Crear ambientes con un estilo especial y único que permitan la conexión y armonía con el entorno es un trabajo fácil para quien ama lo que hace" comenta Alexander Carvajal gerente de 3DART Bucaramanga, compañía experta en el manejo de este tema. "Naturalmente combinan los paneles con diferentes tendencias y siempre sorprenden haciendo gala de un concepto novedoso". Las tendencias en decoración de pared han evolucionado desde la pintura plana a los modernos efectos de volumen con la premisa de entender al espacio como un elemento dinámico y elocuente. Los paneles 3D convierten el límite sólido de las paredes en una sola pieza de diálogo y transgresión proporcionando relieve a la pared, siendo en sí mismos un elemento decorativo con mucho potencial.





**Torre de las Cuchas**  
**PIEDECUUESTA - Via Quauguará**  
 Desde \$161.810.000. Área construida 98.00m<sup>2</sup>.  
 Entrega inmediata - Financiación  
 SALA DE VENTAS: Calle 281 No. 3 - 1300  
 Más información: **655 06 47**

**Torre de San Francisco**  
**PIEDECUUESTA - San Francisco**  
 Desde \$172.894.000. Área construida 270m<sup>2</sup>.  
 Apartamento modelo  
 SALA DE VENTAS: Calle 281 No. 11 - 800  
 Más información: **654 76 13**

**San Sebastián**  
**GIRÓN - Sector Carrizal**  
 Desde \$93.508.000. Área construida 200m<sup>2</sup>.  
 Recibimos subsidio - VIS  
 SALA DE VENTAS: Calle 42 # 232 - 11 Local 1  
 Más información: **646 5003**

**MI CAS YA**  
 Recibimos subsidio - VIS  
 SALA DE VENTAS: Calle 42 # 232 - 11 Local 1  
 Más información: **646 5003**

Todos quieren ser parte de este nuevo hogar.  
**Enamórese de la experiencia.**  
 El hogar lo crea usted, usted decide su hogar por lo que, al ser dueño de su casa, usted decide su vida. En Lapi Insula Constructores, nosotros sabemos de esto y tenemos profesionales.

¡Contacto!

www.lapiinsulaconstructores.com  
 Centro de Negocios Colón del Sur - Oficina Bucaramanga  
 Calle 29 # 42 - 13 Local 1 - 300. **632 68 50 - 318 643 6772**  
 ventas@lapiinsulaconstructores.com

¡Escribir a

# Decora y Siente

La fotografía, el arte de evocar

Si queremos vivir en un hogar que sintamos como propio, o disfrutar nuestro tiempo en el trabajo u oficina, hay que tomar riesgos en la decoración. A continuación te presentamos la última tendencia que ha tomado fuerza en este último siglo y que ha marcado el diseño de interiores en Latinoamérica y Europa: La Fotografía.

ESCRITO POR:  
 Andrea Ramírez.

**Lib PACHAS**  
 Unidad Residencial

**¡Aquí está la llave de su hogar!**

El efecto 3D sobre el muro provoca sensaciones envolventes que multiplican el atractivo y sofisticación de cualquier espacio, permitiendo de esta manera prescindir de elementos adicionales como cuadros o espejos. Aunque sean muy fáciles de instalar se recomienda que la instalación sea realizada por expertos, no se debe dejar al azar nada a la hora de modificar un espacio y menos si la intención real es hacerlo exclusivo y trascendente.

SALA DE VENTAS Y CENTRO DE NEGOCIOS  
 Calle 24 N°23-26  
 PBX: 6342832 / 6917121 / 6458212

CONSTRUCCIONES MODULARES OF  
 www.construccionmodular.com.co

PREVAL  
 www.preval.co

¡Escribir a

En Bucaramanga existe 3D-ART Bucaramanga, son pioneros en la región, están creciendo y mostrando trabajos con la más alta calidad funcional y estéticamente hablando en la decoración de interiores con paneles 3D. En esta empresa de capital santandereano, no solo se preocupan porque el diseño sea agradable a la vista, acogedor y que impacte sino que tiene especial cuidado por las consecuencias que pueda traer su trabajo a la naturaleza, tienen una política rigurosa en no generar contaminación siendo amigables con el medio ambiente y utilizando productos en la instalación y mantenimiento que ayuden a la conservación del mismo.

Ahora, las paredes ya no se limitan a un simple toque de color o patrón. Con estos paneles 3D puede dar vida nueva a su espíritu CREATIVO y transformar sus espacios en un ambiente perfecto e innovador, a esto le invita 3D-ART Bucaramanga bajo el lema "La naturaleza es vida, incorpórala en tus espacios"

### Formas de incorporar la fotografía:

1) Vivimos en un mundo donde lo visual es primero, pero nos permite usar los otros sentidos que tenemos a disposición, porque son ellos los que nos permiten reconocer el entorno. Entendamos, entonces, que la fotografía puede estar en cualquier estilo de decoración -minimalista, pop, vintage, zen, retro, industrial, rústica, naturalista, oriental, clásica, loft, colonial, barroca, romántica, ecléctico, occidientil, neoclásico, étnico- que deseemos implementar.

2) Conocer los secretos de la exposición fotográfica, debemos valorar de la observación o interpretación de la imagen plasmada en la fotografía misma. Con FREEMAN, Michael en "La visión del fotógrafo: Entender y apreciar la buena fotografía" (2012) debemos tener en cuenta las tres características más comunes de las fotos: Subjetividad, se da una visión parcial de lo que fotografiamos, depende del fotógrafo, del momento determinado en que se captó, con un tipo de luz preciso, con una perspectiva óptica determinada. Además, es presentada en un soporte y formato elegido posteriormente por el autor. Narrativo, transmito un sentimiento o un tipo de mensaje a quien observas/disfruta o contempla; intenta transmitir una información determinada y depende de los elementos que intenta controlar el fotógrafo en la imagen captada. Y Dimensionalidad, con las fotos estamos representando objetos en tres dimensiones: altura, profundidad y longitud sobre una superficie de dos dimensiones. Así, una fotografía puede considerarse elegida de ser usada en el diseño de interiores, si la foto es buena o de calidad. Es decir, muestra contenido, iluminación y la composición de dichos elementos en el plano se mezclan con balance de acuerdo a lo que desea evocar.



## SERVICIOS

**VENTAS  
AVALÚOS  
ARRENDAMIENTOS  
ASESORÍAS INMOBILIARIAS**

Tenemos alianzas estratégicas con profesionales idóneos en diferentes áreas para ofrecerte el mejor servicio:

- Derecho urbanístico e inmobiliario
- Ingeniería civil
- Construcción y tecnologías arquitectónicas
- Arquitectura
- Maestros y remodelaciones para proyectos nuevos o usados
- Topografía



Carrera 31 Nº 51 - 74    Tel: 691 30 27  
Oficina 1006 Edificio    301 552 4847  
TORRE MARDEL        316 857 8576

[www.royalhomeinmobiliaria.com](http://www.royalhomeinmobiliaria.com)

3) Se pueden combinar los tipos de fotografías anteriormente descritos en todos los espacios posibles del hogar o contra las fotos en un espacio específico. La fotografía nos permite jugar con las texturas, colores, dimensiones y también con los sentimientos y las historias que deseamos evocar. Por tanto, se ha valido de diferentes formatos: Uno muy poco convencional y de gran auge son los Fotomurales, se trata de escoger diferentes imágenes que se diseñan proyectar en una pared diseñada que funciona como un papel tapiz que va de pared a pared. Y los Fotocollages; considerando un riesgo porque necesita de una valoración estética que permita armonizar el espacio. Por otro lado, existen los otros formatos muy conocidos, portafotografías o exposición de fotos en ocupaciones o columnas de un espacio. Generalmente se usan con fotos familiares o de experiencias recogidas en diferentes viajes.

## La visión estética del arte fotográfico: El papel de los expertos

Hay que tener en cuenta que las fotos deben adaptarse a las necesidades de los espacios en los que queremos instalarlas. Se trata de encontrar en el entorno la armonía perfecta entre las imágenes fotográficas, el mobiliario y los otros elementos expuestos que nos permitan tener un espacio propio, completo y estético.

Al respecto, nos encontramos con la opinión y el trabajo que ha acompañado la parte gráfica de este artículo, del Fotógrafo Profesional Juan David Acezo que nos permitirá tener más elementos de juicio para considerar esta tendencia del diseño.

El contenido es contenido por el fotógrafo Profesional, Diseñador en Colección Colegio Interamericano y Director Visual, Creativo y Fotógrafo en publicaciones Fotografía - Video - Design, Juan David Acezo. Artista experto en climatización: perfiles.



### Hablemos un poco de historia...

Las imágenes han acompañado la evolución del desarrollo humano, para dar cuenta de acontecimientos ocurridos, imaginarios y vivenciados. Por ello, la imagen surge desde la creación pictórica -de la pictografía, la pintura, el tálamo, la escultura, el dibujo, artefactos- como las cámaras oscuras, los heliógrafos, el daguerrotipo, y por supuesto, las cámaras fotográficas, cámaras digitales para permitir que aquellas imágenes queden fijadas, no solo en la mente, sino también de forma física -la imagen puede ser grabada sobre cualquier superficie que haya sido sensibilizada a la luz-, consiguiendo un registro permanente de las mismas.

Fue así como la idea de capturar las imágenes -es decir, la luz que reflejan los objetos- de los acontecimientos reales y la necesidad que tenía el hombre de fijar la ilusión del movimiento -es decir, capturar la vida misma del hombre, los animales y la manipulación de los objetos-, acompañadas de la evolución de las técnicas de fijación por medio de distintos medios para obtener registros permanentes - hoy registro fotográfico-, lo que originó el surgimiento de la fotografía. Dicho término etimológicamente viene del griego que (phōs, «luz»), y (gráfo, «dibujar, escribir», en otras palabras, fotografía significa escribir con la luz. En definitiva, podemos decir que la fotografía es el arte de grabar un hecho o un instante en el tiempo.

### La Cultura moderna: La Cultura visual

En algunas ocasiones hemos escuchado la frase icónica y polémica "Una imagen vale más que mil palabras", para nosotros esto puede simplificar el ideal de la cultura visual en la cual estamos inmersos en este siglo. No se trata entonces de que la imagen supere las palabras, sino que la imagen misma se transforma en palabras y juntas conviven armónicamente, como el instrumento de expresión de los hechos humanos. Con W. J. J. Mitchell en "What Do Pictures Want?" (2004), se puede decir que las imágenes aspiran a tener los mismos derechos que el lenguaje; ya que proponen hoy día con su rango -popularidad, cine, marketing, televisión, postcardismo gratis, periódicos, revistas, fotografías artísticas y de moda, videos, música- el lado social de la visual. Es decir, el poder de las imágenes o implicaciones históricas y culturales en nuestra vida individual y social. La cultura visual en la que nos encontramos, hace que lo visual haga un giro como mediador de las relaciones sociales. Porque por un lado, las imágenes son la representación de los valores que deseamos evocar desde los medios actuales. Por otro lado, ya que las imágenes pueden provocar desde los más íntimos e inconscientes deseos, hasta nuestros hábitos o hábitos nacidos.

El origen de esta frase ha sido la clave para numerosas investigaciones acerca de su origen y de su real significado. Algunos de ellos aluden al escritor crítico y periodista social Stan Liebowitz que escribió alguna vez: "En 1840 surgió por primera vez el 1000 Words". Otras investigaciones aluden a que éste último, es un postulado como muy antiguo que ha sido mal traducido, que quiere decir: "El significado de una imagen puede superar diez mil palabras".

*Es en este punto que la fotografía busca un papel rememoralizador ya que busca de la imagen el registro de su trabajo y el registro de su experiencia artística-social.*



### Fotografía vs Imagen Evocada...

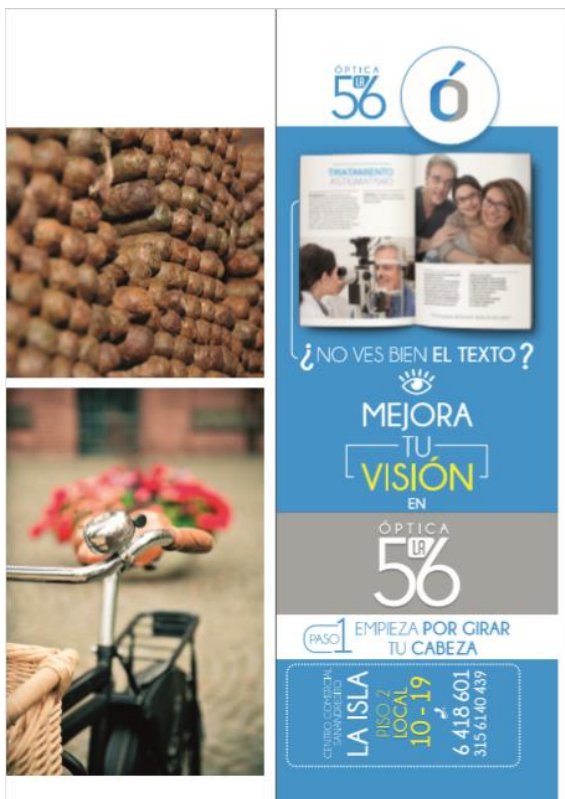
Ahora bien, cuando pensamos en los espacios que habitamos, una pregunta nos da vueltas la cultura ¿en qué tipo de ambiente quiero vivir? La respuesta es fácil, y llega a nosotros en como imagen: un ambiente cómodo sin complicaciones, iluminado y colores que inspiren tranquilidad e imaginación, donde los muebles sean funcionales, un ambiente que gire nuestro nombre y que esté impregnado de personalidad y en la imagen que podemos lograr con la incorporación de la fotografía en el diseño de interiores.

La versatilidad de la fotografía abre la puerta a un sinnúmero de posibilidades, que se deja entrever, desde el tipo de fotografías que incorporamos y la forma en que incorporamos dichas fotografías en el desarrollo de los espacios. Valemos:

### Tipos de fotografía:

Los géneros fotográficos son tan variados como las múltiples actividades en las que el hombre se desarrolla hoy en día. En la historia su uso ha evolucionado dependiendo de las necesidades de cada cultura y los progresos tecnológicos e industriales que la modernidad conlleva. Podemos decir que existen 7 tipos de fotografías, que son: Paisaje, Arquitectura, Retrato, Fotoperiodismo, Artística, Publicitaria y Etnográfica; caracterizadas cada una de ellas por el tipo de propósito que ostentan.





ÓPTICA **56** **ó**

¿NO VES BIEN EL TEXTO?

MEJORA TU VISION EN

ÓPTICA **56**

PASO 1 EMPIEZA POR GIRAR TU CABEZA

CENTRO ODONTOLÓGICO UNIVERSITARIO

LA ISLA PISO 2 LOCAL 10-19

6 418 601 315 6140 439

Entrevista a Juan D. Acero  
Por: Alejandra Delgado, especialista en filosofía.

Filosofía: ¿Cómo podría describir la importancia de la fotografía en el diseño de interiores? (tanto en el hogar como en una oficina)

JDA: La fotografía en sí, evoca la importancia de transmitir sentimientos, sensaciones, lugares, momentos, recuerdos, incluso aromas y sonidos. Por ejemplo: una sala de una casa con una fotografía de un paisaje, evoca tranquilidad, serenidad y paz, entre otras. Por otro lado, una oficina, con una fotografía de una ciudad iluminada, con grandes edificios, está evocando un estatus empresarial y de alto prestigio.

F: ¿Cuáles elementos diferencian las fotografías realizadas por un fotógrafo profesional y las de un aficionado?

JDA: Un fotógrafo profesional siempre está buscando la luz perfecta, el momento perfecto, cosas invisibles para el ojo humano, todo lo que cotidianamente vemos pero dejamos pasar porque no lo apreciamos lo suficiente: técnica, arte, manejo de luz, planos, ángulos, calidad de imagen, compromiso social. En cambio, un fotógrafo aficionado solo está emocionado con una cámara disparando por disparar sin un límite de fotos, sin unas bases establecidas, sin un boceto

F: ¿Diseño que la fotografía puede ser valorizada como una obra de arte?

JDA: La fotografía en su esencia es arte, es el arte de pintar con luz, e indiscutiblemente es valorizada como una obra de arte. Las fotografías son únicas, cada una de ellas son una pieza que no necesita de más elementos que la empleen porque ella habla por sí sola, comunica muchos sentidos, incluso nos puede crear una pista musical, un aroma que alguna vez nos conmovió, un saber que experimentamos por primera vez, la fotografía habla y transmite constantemente a sí o a mí, de maneras variadas. Nos toca a cada uno y por ello nos ofrece una experiencia más allá de lo visual, una experiencia que nos hace pensar. Y por otro lado, el valor de la fotografía como arte, podemos verlo hoy, dando un vistazo a las fotografías que son subastadas por muchos millones de euros en el mundo.

F: ¿Qué tipo de formatos fotográficos pueden involucrarse en un espacio que se haya dispuesto para su exposición?

JDA: Existen varios tipos de formatos en fotografía: gran formato, formato medio y formato completo (FULL FRAME). Pero para una exposición no debemos volarnos de loco, más que del contenido de las imágenes, de la seriedad del fotógrafo que realizó dichas obras. Porque por ejemplo, puedes tener una cámara FULL FRAME y hacer fotos muy mal enfocadas y sin ningún sentido, o por otro parte, tener una cámara compacta o de un celular y hacer fotografías excepcionales las cuales podrás poner en exposición, solo dependiendo del talento de impresión.

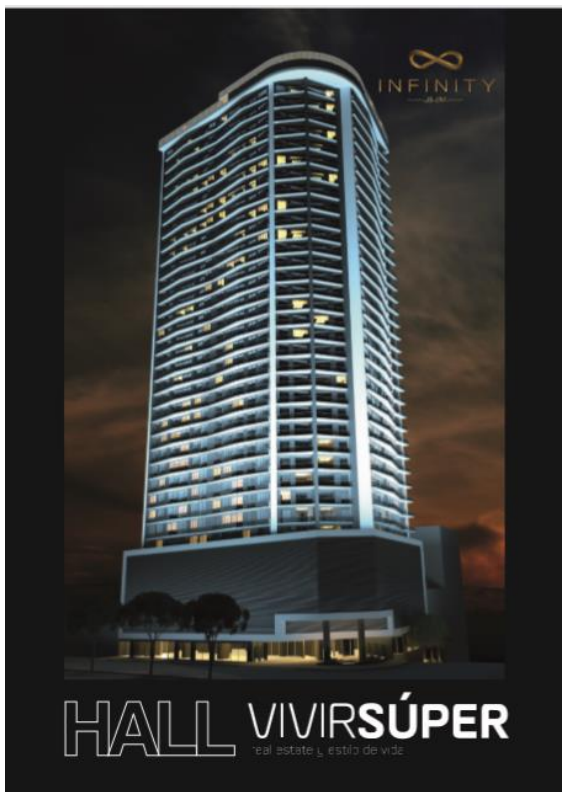


Infinity Sky-Club

Arquitectura vanguardista de fusión Colombo-Europea y acabados innovadores de alta calidad.

Un singular e imponente proyecto residencial nace de la unión de dos mundos, del nuevo y el viejo continente, Colombia y España unidos en un ambicioso proyecto, un edificio que aspira a convertirse no solo en un icono sino en un símbolo de Bucaramanga y de la Región. Vive en un residencial no solo un sueño en la ciudad bonita, Infinity lo hace posible al imponente estilo de construcciones Europeas tales como en Londres, París o Madrid.

La Arquitectura del proyecto combinada con diseño elegante y ambientalista más la preocupación por la calidad se basan en la experiencia de un equipo internacional de gestión que ha desarrollado a lo largo de 25 años en el sector de la construcción proyectos inmobiliarios en diez países y en tres continentes distintos. En Bucaramanga la CONSTRUCTORA URBACOLOMERA lleva tres años, a punto de entregar su primer proyecto, Torre BARBARA, con varios meses de anticipación al plazo establecido.



INFINITY

HALL VIVIR SÚPER

real estate y estilo de vida



Infinity Sky-Club

Arquitectura vanguardista de fusión Colombo-Europea y acabados innovadores de alta calidad.

Un singular e imponente proyecto residencial nace de la unión de dos mundos, del nuevo y el viejo continente, Colombia y España unidos en un ambicioso proyecto, un edificio que aspira a convertirse no solo en un icono sino en un símbolo de Bucaramanga y de la Región. Vive en un residencial no solo un sueño en la ciudad bonita, Infinity lo hace posible al imponente estilo de construcciones Europeas tales como en Londres, París o Madrid.

La Arquitectura del proyecto combinada con diseño elegante y ambientalista más la preocupación por la calidad se basan en la experiencia de un equipo internacional de gestión que ha desarrollado a lo largo de 25 años en el sector de la construcción proyectos inmobiliarios en diez países y en tres continentes distintos. En Bucaramanga la CONSTRUCTORA URBACOLOMERA lleva tres años, a punto de entregar su primer proyecto, Torre BARBARA, con varios meses de anticipación al plazo establecido.

**El Sistema de construcción de tipo tradicional en INFINITY, unido a las últimas y modernas tecnologías de la construcción (Building Information Modeling) va a permitir la construcción del edificio más moderno de la ciudad en condiciones de máxima seguridad constructiva. El proceso de construcción se ejecutará con métodos avanzados fabricados a medida para Infinity, lo que permitirá la construcción del edificio en tiempo récord y con un nivel de seguridad y de terminación superiores. Antes de terminar el diseño, la constructora encargó, entre otros, dos estudios importantes: el estudio de ruido al Ing. Jaime Suarez para dotar al edificio de total seguridad en la cimentación y estructura y el estudio de ruido a la empresa AGUSTICA para definir el doble vidrio laminado y la periferia de aluminio necesarios para aislar el ruido de la arteria principal de la Ciudad Florida.**

**INFINITY Sky Club es un poderoso asociación de 38 pisos de altura construido en más de tres kilómetros de doble vidrio templado y laminado logrando un aislamiento térmico y acústico excepcional y único en la región. Ofrece 297 sofisticados apartamentos en una sola torre, con áreas totales de 70,04 m<sup>2</sup> a 145,00 m<sup>2</sup> con dos, tres y cuatro alcobas.**

**SALA DE VENTAS Y APARTAMENTO MODELO:  
CRA 37 CON CALLE 54 30 / ESQUINA**



Todos los apartamentos tienen alfombras opcionales, balcones y al menos un pargueado y un depósito. El proyecto ofrece un plazo amplio de 60 meses para pagar la cuota inicial, contando con el respaldo de la Sociedad Fiduciaria DINA.

Acabados únicos de los apartamentos: El acabado e inigualable nivel de acabados, como por ejemplo, iluminación led, el doble vidrio laminado de las ventanas y puertas ventaneros ofreciendo una paz interior a su hogar, así como los pargueados y enchapes fabricados en España por algunas de las mejores sueterías del mundo, como Parcalansa o Geoponia, enchapeado de suelo a techo, sistema de pre-instalación de aire acondicionado; cocinas con electrodomésticos europeos con muebles blancos con pintura en poliuretano y mason de granito Negro solida, baños con ducha tipo lluvia y espejos con luz led, muebles alegóricos, chaise y puertas macizas algunas iguales a la altura libre de 2.6 m hacen de INFINITY una marca y sello de calidad en el sector.

**La creación de espacios infantiles requiere tener en cuenta lo que necesitan personas de tan corta edad y llenas de energía, para que puedan sentirse a gusto y disfrutar de espacios escogidos especialmente para ellas, las princesas de la casa.**

**Un espacio moderno agradable que invite a la diversión y disfrute, un bello lugar donde protagonizar los colores rosas que simbolizan la infancia y la ingenuidad, muy suave y de combinaciones cálidas, blancos de puros, signo de paz interior, nos ayuda a sentirnos relajados y a alcanzar el máximo confort en relación a los espacios debido a que irradian bondad, paz y respeto, aportando siempre emociones positivas en los espacios arquitectónicos, es el mejor color para relajar los sentidos y reducir las perturbaciones.**




Disenado especialmente para las niñas alegres, con carisma, feminidad y muy divertidas; se ha escogido con detalle cada pieza que hace parte de este colorido y ameno espacio ideal para las pequeñas, destacando un estilo moderno infantil, con espacios amplios para vivir múltiples experiencias entre amigas.

Cuenta con 7 jassuzú color rosa, refinando a una magnífica vista al cuerpo de golf, dándole un ambiente cálido y fresco y de iluminación natural. Los muebles para manijas corporal y de piso invitan a la comodidad y relajación, los espejos con lentes de manchas de pintura al igual que en el piso, inducen a la creatividad e imaginación, volviendo este espacio un lugar lleno de energía.

Cada detalle de este mágico lugar ha sido pensado, ubicado y diseñado para princesas, los muebles y decoración fueron fabricados exclusivamente para este espacio. Los acabados fueron elegidos de acuerdo al patrón de diseño realizado por la arquitecta Andrea Villar, el piso es un microcamanto con resina de color hecho con un decorado exclusivo para este espacio.





**NUESTROS SERVICIOS**

- Terapia física
- Terapia de lenguaje
- Terapia ocupacional
- Neuropsicología
- Psicología

**ATENCIÓN DOMICILIARIA**  
(Servicio de enfermería 24 horas, medicina general, traslado ambulancia y manejo terapéutico)

Carrera 35a # 54-41  
Bucaramanga  
Pta: 6432722  
Correo: info@pallana.co  
Línea de atención 24 horas  
3187351631

**Bucaramanga en la memoria de sus casas viejas**

Por: Ángel "Carreal", Diseñador de Interiores

"Hacer el retrato de una ciudad es el hablar de una vida y ninguna foto es suficiente, porque la ciudad está cambiando siempre. Todo lo que hay en la ciudad es parte de su historia".  
Berencie Abbott



Caminamos a diario por las calles de Bucaramanga, siendo testigos mudos de una realidad que pasa al parecer desapercibida ante nuestros ojos, la ciudad está mutando, está evolucionando y nuestra memoria arquitectónica se está perdiendo. Los distritos sociales y empresariales aceleran el crecimiento de sus centros urbanos y la topografía propia del centro no limita la posibilidad de su expansión geográfica, como sus habitantes nos vemos obligados a hacer un nuevo uso y aprovechamiento del suelo, accediendo a la construcción en vertical como la solución más acertada.

Vivimos como el siglo pasado el comercio hecho nuestro centro histórico, hoy vemos cómo algunos sectores en los últimos quince años se han ido transformando gracias a distintos procesos de modificación o de renovación urbana. Nuestro paisaje actual nos muestra a una ciudad en proceso de "generación", a diario vemos nuevas edificaciones y construcciones de equipamiento urbano, nuevas calles anuncian la aprobación de proyectos arquitectónicos de alto impacto, barrios como Gabocosa del Llano, El Prado, Antiguo Campesino, La Aurora, Mejoras Públicas y Nuevo Sotomayor, entre otros, se han saturado de torres de concreto. Este fenómeno también está permeando otras zonas de la ciudad como: San Alonso, San Francisco, Antonio Santos, Centro y Alacón por mencionar algunos, en donde ya se ven y se anuncian grandes corporatos y ciudades residenciales.



Esto sin lugar a dudas nos permitió vibrar en Bucaramanga en un par de años como la "Manhattan" de Colombia, lo cual no es malo, ya que el desarrollo es consecuencia directa de la evolución y crecimiento económico de las ciudades, pero nos debemos llevar a reflexionar sobre la responsabilidad que como inversionistas, constructores, proyectistas y compradores de proyectos arquitectónicos, tenemos sobre nuestro espacio en la memoria viva de nuestra ciudad, ya que, gracias a que estas casas viejas representativas de diferentes periodos de nuestra arquitectura han cedido su lugar en la historia, es que se ha dado paso a la llegada del futuro a nuestra ciudad.



**EXPERTOS EN CORTINAS AUTOMATIZADAS**  
Tecnología **OLUTRON**

- CARACTERÍSTICAS**
- Las más silenciosas del mercado ( 38 Db)
  - Cortinas inalámbricas RF
  - Mando Digital
  - Mas de 250 posiciones programables
  - Integración garantizada con pantallas táctiles
  - Alineación inteligente
  - Garantía de 8 años

www.smartbusinesses.com  
Facebook.com/smartbusinesseshome  
contacto@smartbusinesses.com  
T+57 (0)1 699268  
C.E. 538598298

**PREMIOS Y DISTINGUIMIENTOS**

La invitación hoy es a que de manera conjunta la municipalidad, el sector privado y la academia puedan crear espacios, herramientas o mecanismos que nos permitan preservar esa memoria. Desde este medio propongo como una de las posibles opciones, la creación de un museo virtual georreferenciado, en el cual cada construcción deje como legado a la ciudad un modelo en 3D detallado del inmueble que va a ser demolido, con datos de interés relacionados al mismo, patrones y debemos apreciar las posibilidades que nos ofrecen las actuales tecnologías, los diseños de software especializados que ya están a disposición del sector de la construcción, así como, el talento personal calificado con que cuenta nuestra ciudad.

Así impactamos de manera positiva en generaciones futuras, brindándoles información valiosa de consulta acerca del desarrollo histórico de nuestra arquitectura nacional y sobre todo permitiéndoles a Bucaramanga que conserve la memoria de sus casas viejas, porque cada una tiene algo que enseñarnos.

**Experiencia para Vivir**

Hogares Inteligentes  
**eme**  
Home Automation S.A.

Boleívar 144 - Bogotá - Colombia  
Teléfono: +57 (0)1 699268  
www.eme.com.co

**Imagen Blanco y Negro**

"El significado de una imagen puede expresar diez mil palabras", así dice el proverbio chino y en blanco y negro lo aplican a cabalidad. La imagen personal no es algo que debas dejarte al merced de la luz, sino bien por fuera y dentro bien por dentro es lo que ofrece este centro estético de belleza y relajación; la mejor apariencia en polvos, en maquillaje, con la calidad y satisfacción que solo profesionales con la mejor atención pueden brindar. lo invitamos a vivir una experiencia virreya y a la vez moderna en spa y pedicura al servicio de todos.

Dirección: Carrera 28 # 50-22  
Teléfono: (7) 6574937  
Mail: imagenblancoynegro@hotmail.com

**PREGO Resto Drinks**

PREGO Resto Drinks, ubicado en cabecera del llano, es lugar para ti donde puedes compartir buenos momentos, comida y bebidas. Somos un resto bar que nace de la idea de tener un lugar donde compartir buenos momentos con nuestros amigos. Si tuviéramos un mal día o por el contrario lo pasamos cosas buenas, con nosotros todos los motivos son bienvenidos, acá aceptamos cosas largas y cortitas, se reciben personas solos y acompañadas.

Acá en PREGO, nosotros tenemos una oferta gastronómica innovadora, buenos cócteles y cervezas bien hechas, entre muchas y botellas.

Dirección: Cra 37 n° 42 - 16  
Teléfono : 6454961  
Móvil : 300 480 1480

**Punta del Este.**

Punta del Este Evoca playa, brisa y mar, de ahí que en su diseño predominan los colores azul y blanco, tonalidades vitales y luminosas propias de un crucero. Este restaurante se especializa en preparar comida de mar y sus platos destacan por su frescura, variedad y calidad. También, los comensales de esta mesa disfrutan de una vista privilegiada junto a la piscina del hotel y de una atención oportuna para todo tipo de celebraciones.

**Horarios de atención**  
Lunes a jueves 11:00 am – 10:00 pm  
Viernes - sábados 6:00 am – 11:00 pm  
Domingos hasta las 10:00 pm

WWW.PERALTAINGENIERIA.COM

**SU ESTRUCTURA GARANTIZA UN BUEN PROYECTO**

**PERALTA INGENIERIA**  
Consultoría & Construcción

- Diseño Y Construcción De Estructuras De Acero Y Concreto Reforzado
- Diseño De Repelentes De Infiltración
- Análisis De Vulnerabilidad Sísmica De Estructuras
- Rehabilitación De Estructuras
- Estudios De Patología De Materiales
- Estudios De Cargas
- Diseños Hidráulicos Y Climatizadores
- Diseños De Acueductos Y Alcantarillados
- Interventoría De Obras Civiles

• CALLE 54# 17 - 77 (BOYACÁ) BO  
 • BOYACÁ BOYACÁ BO  
 • BOYACÁ BOYACÁ BO

• BOYACÁ BOYACÁ BO  
 • BOYACÁ BOYACÁ BO  
 • BOYACÁ BOYACÁ BO

**SIN LÍMITES**  
*OSCAR DIAZ*  
*CARLOS TORRES*

**Oscar Diaz + Carlos Torres SIN LÍMITES**

Oscar Diaz, nieto del maestro Leonardo Díaz, jugador del fútbol que dio la vista al nacer para que con los ojos del alma mirara, busca el mercado su "primer hijo musical" como el mismo lo llama.

Al lado de Carlos Torres, hoy Valentín, su compañero, están apostando por conquistar el rubicundo do antaño sin dejar de lado lo moderno que hoy es tendencia en el género. "¿Dijeron que quer que era no duela, yo quiero robarles el corazón" así lo dice este artista con ganas de seguir creciendo y conquistando con un canto que evoca las viejas bricas y las notas de un acordeón, en una producción hecha con amor, disciplina y "SIN LÍMITES" es lo que estos grandes exponentes nos del vallesano nos presentan.

Instagram: @prensaoscardiaz @oscardiaz23 @carlostorres\_rey  
Contactos: 300 5627219 / 310 4016423

**Simbrah Parrilla**

Simbrah Parrilla es un pedacito de campo dentro de la hermosa ciudad de Bucaramanga, aquí podrás encontrar la más deliciosa carne y variados platos preparados con un exquisito sabor que te harán vivir una experiencia gastronómica irreplicable. Sin importar la edad, el momento o la ocasión, Simbrah Parrilla tiene las mejores opciones para ti. Ven y disfruta de momentos especiales junto a tu familia y amigos.

Encuétranos en la carrera 3 Nº 95 -06, ¡Te esperamos!

Teléfono: (7) 6915360 / 316 616 7345  
Instagram: simbrahparrilla  
Facebook: /simbrahparrilla  
www.simbrahparrilla.com



**The Salon TS**



Es un centro de boleros para toda la familia, ubicado en el corazón de Bucaramanga el cual ofrece un espacio exclusivo y especialmente diseñado con mobiliario ergonómico apto para lograr un ambiente chill out, dando nuestros clientes podrán gozar de una experiencia sabiendo mientras nos preparamos para disfrutar de nuestros múltiples servicios como: Sips Capriles y Sips de mano y pino, también ofrecemos paquetes especiales para los eventos más importantes de la familia: matrimonios, graduación, quince años, aniversarios y bodas de regalo. Nuestro personal está conformado por profesionales capacitados en Asesoría de imagen, colorimetría, corte, capilaridad y maquillaje profesional, usando solo marcas exclusivas.

VIVE EL MUNDO DE TUS SUEÑOS **DreamsWorld** colchones

*vive el mundo de tus sueños con quienes amas*

**OBSEQUIO**  
**PROTECTOR Colchón STD**

**30% + 30%**  
**COLCHÓN DREAMS EURO + SOMIER MICROFIBER**

• C.C. El Caguán Local 320 Tel: (7) 680 78 69  
 • PROMUEVIMOS C.C. Páez Comercial Local 404  
 • Distribuidoras Autorizadas Cne 304 N° 51-41-794 (57) 643 01 99 Cne 35A N° 96-137 (56) 643 74 75  
 • Servicio al Cliente Nat (7) 680 11 86 Bucaramanga - Colombia • Promociones Tel: 300 452 60 87

www.dreamsworldcolumbia.com

UBICACIÓN	PROYECTO	VALOR CONSTRUCIONAL	ESTRATOS
BUCARAMANGA	<b>CASTILLALAMANCHIA</b> Iniciando nuevas etapas. Apartamentos con el mejor ubicación del sector, construido de una excelente mano de obra con todo confort de un apartamento de lujo, ubicado dentro del sector y muy cerca al primer colegio 21.	Desde \$ 300.000.000 en adelante	4
BUCARAMANGA	<b>SEVILLA</b> Complejo residencial de 33 TORRES en exclusiva ubicación en Calle 10 # 23-30 del Barrio San Sebastián en la ciudad de Bucaramanga.	Desde \$ 110.000.000	4
BUCARAMANGA	<b>PRADO 34</b> Lo invitamos a conocer un lugar donde la ubicación y el diseño, se transforman en un mejor bienestar. Desde una zona de 20 pisos con 80 apartamentos. Apartamentos de 1, 2 y 3 habitaciones completamente terminados y con terraza con Piscina para niños, Zona de juegos, Biblioteca, gimnasio, club de salud y más.	Desde \$ 170.000.000	4
BUCARAMANGA	<b>DALI</b> Es una oportunidad que solo aparece en la carrera 35 con calle 6 del barrio centro de Bucaramanga. 400 m de frente de la zona de negocios de calidad y ambiente de la zona del centro de Bucaramanga. 400 m de frente de la zona de negocios de calidad y ambiente de la zona del centro de Bucaramanga. 400 m de frente de la zona de negocios de calidad y ambiente de la zona del centro de Bucaramanga.	Desde \$ 140.000.000	4
BUCARAMANGA	<b>ZEMITH</b> Las ZEMITH Arriba en Bucaramanga-Corredor. 40 pisos con 900 Apartamentos, 17 apartamentos con Jardines Arriba para parques infantiles y jardines, 4 niveles de recreación, 7 piscinas, 2 salones de eventos, zona de juegos infantiles con red de fútbol, 2800 m² de terraza, zona de ocio con cancha de fútbol, zona de juegos infantiles, zona de juegos infantiles, zona de juegos infantiles, zona de juegos infantiles.	Desde \$ 400.000.000	4
BUCARAMANGA	<b>ALTORRELO</b> Proyecto en exclusiva ubicación de 100 Apartamentos construido por dos torres de 10 pisos en un sector privilegiado con el mejor equipamiento que ofrece un 10 años de garantía constructiva de alta calidad. Apartamentos tipo estudio, 100 m² con terraza, salón, zona de juegos, biblioteca, biblioteca y piscina para niños de 10 años de Tu.	Desde \$ 140.000.000	4



	<p><b>BARICA</b></p> <p>Espectacular zona deportiva con un edificio de 20 pisos con 100 apartamentos, acabados de calidad. 4 Estajes de los apartamentos en primer piso con 2000 metros de terreno. Excelente inversión de 20 años de rentabilidad.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 1.000.000.000 ESTRATO: 3</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 19 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>
	<p><b>LAGOS DE MAR DEL</b></p> <p>28 meses para el pago de la cuota inicial, como si pagaras, 100 unidades y otros puntos importantes. Precios, grandes, grandes, reducidos, con el registro y con todo.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 500.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 10 No. 6-1007</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 498.674 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 498.6741 - 647.6741</p>
	<p><b>BASIS DE MAR DEL</b></p> <p>Un proyecto de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 3.000.000.000 ESTRATO: 6</p> <p>DIRECCIÓN: Original 13 No. 65-100</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 470.762 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 647.006-647.021</p>
	<p><b>LAS PACHAS</b></p> <p>Un proyecto de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 24 No. 25-203</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 272.000 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 646.000 - 646.121 - 646.021</p>
	<p><b>TRAVESÍA</b></p> <p>Edificio en un lugar privilegiado, TRAVESÍA tiene todo para ofrecerte, conectado por un gran parqueadero que te permite realizar actividades de recreación para ti y tu familia de la más moderna, con piscinas, canchales, cancha de fútbol, parque infantil, salón social, gimnasio, teatro, biblioteca, acceso al estadio de fútbol y al estadio de fútbol para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 19 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>
	<p><b>BONI DE MAR DEL</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 44 No. 34-50</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 460.200 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 64 11000 - 647.021</p>

	<p><b>ARKANTO</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 27 No. 51-34 Nueva Esperanza</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 644.000</p>
	<p><b>INFINITY</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 11 No. 64-1007</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 498.674 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 498.6741 - 647.6741</p>
	<p><b>MIRAFLORES 44</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 44 No. 34-50</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 460.200 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 64 11000 - 647.021</p>
	<p><b>LIFE 200</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 20 No. 52</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 460.200 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 647.000 - 647.021</p>
	<p><b>SMART</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 44 No. 34-50</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 460.200 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 64 11000 - 647.021</p>
	<p><b>TORRE DE SAN FELIPE</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 44 No. 34-50</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 460.200 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 64 11000 - 647.021</p>

	<p><b>TORRE DE LA CUESTA</b></p> <p>Una de las zonas de mayor crecimiento para vivir en altura con la máxima, gran confort y excelente ubicación.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 10 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>
	<p><b>TERRAZAS DE SAN FRANCISCO</b></p> <p>Confort, seguridad, tranquilidad, con áreas de esparcimiento, todo para entregar, con piscinas, canchales, cancha de fútbol, parque infantil, salón social, gimnasio, teatro, biblioteca, acceso al estadio de fútbol y al estadio de fútbol para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 10 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>
	<p><b>PRADOS DE SAN SEBASTIÁN</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 10 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>
	<p><b>PUERTO ESMERALDA</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 10 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>
	<p><b>ORO NEGRO</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 10 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>
	<p><b>PUERTO PALMA</b></p> <p>Edificio de 19 años con la mejor zona social en altura, piscinas, parques, cancha múltiple, gimnasio, biblioteca, parrilla, restaurante, acceso al estadio de fútbol, todo para entregar.</p> <p>VALOR COMERCIAL: \$ 2.000.000.000 ESTRATO: 4</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 10 No. 60-26 San Francisco</p> <p>ÁREA CONSTRUIDA: 96.41 m<sup>2</sup> TELÉFONOS: 471 9703</p>

## Partners & anunciantes 2018













































**creandosoft.com**  
Creando Soluciones Informáticas Ltda.

UN SISTEMA DE INFORMACIÓN GIRA EN TORNO A TENER CONTROL SOBRE LOS DATOS QUE SE PRODUCEN EN UNA EMPRESA

- Acelera la toma de decisiones
- Permite una proyección más competitiva
- Precisa el trabajo colaborativo
- Engrana la comunicación interna y externa

**SOMOS SU SOLUCIÓN EFICIENTE**

Desarrollo de software empresarial a la medida  
Diseño de portales web  
Consultoría en soluciones software

¿QUIERE OBTENER MAYOR PROVECHO DE SU INFORMACIÓN PERO NO SABE COMO?

**CONTÁCTENOS**

Cra 36 Nº 51-13 / Of. 302  
Cabecera - Bucaramanga  
Tel: (57) 7 69 1 23 93  
info@creandosoft.com

**M&J INGENIERIA S.A.S.**

Trabajamos con **ingeniería de avanzada**

- Ingeniería Eléctrica y Telecomunicaciones
- Ingeniería Civil,
- Gas y Protección Catódica
- Consultoría e Interventoría

M&J Ingeniería S.A.S. es Una Empresa gaceta regional, líder nacional en construcción de infraestructura para telecomunicaciones

**Certificaciones:**

**Afiliados a:**

Oficina Bucaramanga  
Calle 87 No. 24-42  
Barrio Damasceno II  
PBR-+57 (7) 648-8233  
Bucaramanga - Colombia

Sede Bogotá  
Calle 4ª No. 59c-25  
Barrio Pinarajá  
PBR-+57 (1) 467-2063  
Fax-+57 (1) 467-2062  
Bogotá - Colombia

www.myingenieria.com

#### 4.1 Actividades en la empresa.

Paralelo al plan de trabajo se debía ejecutar actividades propias de la compañía donde se elaboraban propuestas de los productos y servicios ofertados para los clientes y posteriormente se realizaba la correspondiente visita. (Ver Anexo 2).

Además, se realizaron campañas en redes sociales para las empresas constructoras, también se desempeñaron actividades de comercio online (E-commerce) así como la creación de logos y actualización de los fanpage.

A continuación, se muestran alguna de las páginas de comercio online para las que se realizaban campañas en Facebook y logotipo de marca.

- Capulets



Figura 16. Logo de CAPULETS.

Tienda destinada al comercio de zapatos masculinos, los públicos fueron segmentados para la realización de ventas a New York, Manhattan y Holanda.

**Página** Bandeja de ent... Notificaciones **28** Estadísticas Herramientas d... Configuración Ayuda ▾

**Capulets**  
@capuletsstore

Inicio  
Tienda  
**Información**  
Servicios  
Eventos  
Fotos  
Videos  
Publicaciones  
Comunidad  
Opiniones  
Ofertas  
Notas  
Información y anuncios

**Promocionar**  
Administrar promociones

Me gusta Siguendo ▾ Compartir ... **Enviar mensaje** ✍

**Información** [✎ Editar información](#)

**GENERAL**

Categoría	Diseño y moda	Editar
Nombre	Capulets	Editar
Nombre de usuario	@capuletsstore	Editar

**HORARIO**

**Siempre abierto**

**INFORMACIÓN DEL NEGOCIO**

- + Editar información del negocio
- Editar Fecha de inicio
- Servicios
  - Acepta reservas
  - Envío a domicilio
- Editar tipos de negocios

VISA American Express Mastercard

**HISTORIA**

**Our Story**

All our shoes are handmade, one by one. That is why we look to the last detail getting a unique and exceptional product, made with the magic of nature, eco-friendly and full of details.

Our passion for what we do and the skill of our artisan shoemakers make this a premium collection.

+ Termina de crear tu historia para dar más detalles a las personas sobre tu negocio.

**MIEMBROS DEL EQUIPO**

Figura 17. Página de CAPULETS.

- Break Free Store



Figura 18. Logo de BREAK

Tienda online dedicada a la venta de Ropa de verano masculina.

Las transacciones se realizan con tarjeta de crédito.

Figura 19. Página de Break Free Store.

Los públicos fueron segmentados según el objetivo que se tiene para la marca y teniendo en cuenta donde se podrían encontrar la mayor cantidad de clientes potenciales, para ello se seleccionan los públicos por sexo, edad, localización, gustos o referencias, pero lo importante es lograr una segmentación de manera correcta.



**Figura 20.** Proceso para segmentación de los habitantes.

The screenshot displays the Facebook advertising targeting interface. On the left, under 'Promociones', there are five options: 'Crear una promoción continua' (Consigue 2 clics más al día por \$6.000), 'Conseguir más visitas en el sitio web' (Anuncia tu sitio web a un público más amplio), 'Promocionar tu página' (Conecta más personas con tu página), 'Promocionar tu publicación' (Consigue que más personas vean las publicaciones de tu página e interactúen con ellas), and 'Recibir más mensajes' (Conéctate y chatea con clientes potenciales). The main section, 'Público objetivo', has 'Personas que eliges por medio de la segmentación' selected. Below this, there are options for 'Personas a las que les gusta tu página', 'Personas a las que les gusta tu página y sus amigos', and 'Guardar para usar más adelante'. The 'Lugar' filter is set to 'Estados Unidos'. The 'Interés' filter is currently empty. On the right, the 'Edad' filter is set to '18 - 65+', the 'Sexo' filter is set to 'Todos', and the 'Presupuesto diario' filter is set to '\$15.365 por día'.

The screenshot shows a mobile browser interface for Facebook. The address bar shows 'm.facebook.com'. The page title is 'Agregar un método de pago'. Below the title, there is a button labeled 'Volver' and 'Seleccionar método de pago'. A red warning box contains the message: 'Importe a pagar: \$19.544 COP. No pudimos realizar ningún cargo en tu cuenta publicitaria. Agrega un nuevo método de pago a tu cuenta.' Below the warning box, there is a button labeled 'Agregar un método de pago a tu cuenta publicitaria'. Below that, there is a link labeled 'Tarjeta de crédito o débito'. At the bottom, there is a note: 'Tu información de pago se guardará de forma segura. Más información'.

Hay que destacar que, para llegar a esto, se debe realizar un proceso largo, sin fallas; debido a que esto implicaría pérdidas económicas ya que Facebook cobra por todas las campañas y acciones en la red social. Las campañas van desde el Tráfico, aumento de likes y alcance; todo esto para la creación de un anuncio. Cuando la empresa genera deudas con Facebook esta queda inhabilitada para crear un nuevo anuncio, conjunto de anuncios o campañas hasta que la deuda sea cancelada.

**Figura 21.** Recargo de no pago por campaña publicitaria.

**Figura 22.** Conjunto de anuncios.

APROVECHE... POCAS UNIDADES DISPONIBLES  
 ⚠️  
 PARQUE CENTRAL | PROYECTO VIS | Desde \$79.900.000.  
 Apartamentos de 3 habitaciones. Aplican todos los subsidios.  
 📞 Contáctenos 320 233 9371.  
 #Cajasan #Comfenalco #MiCasaYa #Subsidio #Bucaramanga #Floridablanca #Girón #Piedecuesta



7 8 comentarios 1 vez compartido

**Inrale**  
 16 de abril a las 10:36

¡Conjunto Cerrado Parque Alarcón! Torre 2 construida y entregada 🏡, Torre 3 entregas proyectadas para finales de 2018 🏡 y Torre 1 en construcción 🏡.  
 Apartamentos desde \$163.2000.000 en el barrio Alarcón. Conoce más sobre el avance de obra del proyecto en el siguiente enlace:



Hernesto José Ariza y 13 personas más  
 1 comentario 3 veces compartido

**Inrale** está 🏡 Construyendo tu futuro hogar en Bucaramanga.  
 13 de abril a las 08:37 · Bucaramanga ·

¡Trabajamos cada día con empeño para cumplir tus sueños 😊!  
 🏡 Te presentamos avance de obra del proyecto Andes 22 🏡, que se está construyendo en la Calle 22 # 20-20 del Barrio Alarcón. Nos quedan los últimos apartamentos desde \$104.860.000 🏡. Conoce más en el siguiente enlace



Hernesto José Ariza y 18

**Nota:** Las imágenes muestran alguno de los anuncios y campañas que se crean bajo un costo en Facebook.

Lo anterior hace parte del trabajo publicitario en Redes Sociales, de esta forma se impulsa el producto o servicio que se quiere ofertar a la cantidad de personas que tenga como objetivo alcanzar la empresa.

**Públicos** > Personas que dan like  
 Público: **Personas que dan like**

Crear anuncio | Crear público similar

**Características del público**  
 Consulta la definición de este público

Nombre del público: Personas que dan like  
 Características del público guardado:  
 Lugar - Viviendo en: Estados Unidos: Los Ángeles (+40 km), San Diego (+40 km) California; Miami (+40 km) Florida  
 Edad: 20 - 30  
 Sexo: Hombres  
 Personas que coinciden con: Intereses: Menswear o Ropa de hombre

Historial del público  
 Consulta todos los cambios de este público

Actividad	Detalles de la actividad	Elemento modificado	Nombre	Fecha y hora
-----------	--------------------------	---------------------	--------	--------------

**Figura 23.** Públicos segmentados en campaña de likes.



Si bien a todos los productos se le debe realizar un conjunto de anuncios para promocionarlo o si se prefiere, se recurre a una campaña, en cualquiera de los casos se construye el trabajo de marketing en compañía de Facebook Ads, pero Facebook disminuye los gastos de publicidad si el usuario realiza una segmentación adecuada, ya que este no tendría que brindar mucha ayuda al impulsar el anuncio.

Un trabajo de grado fue desarrollado entorno al impacto de las redes sociales en las empresas, y menciona:

Hoy en día las empresas están utilizando cada vez más el Facebook como medio publicitario para darse a conocer y mostrar todo tipo de información de las mismas, así como facilitar novedades y mantener a los usuarios al día sobre ellas. (Savini, 2014, pág. 7)

La creación de logos y de imagen para las campañas consistía uno de los trabajos cotidianos, un ejemplo lo mostramos a continuación.



**Figura 24.** Diseño de publicidad para Urbamares.

**Fuente:** Creado por el autor.

**Nota:** La imagen es el diseño de publicidad para Urbamares inmobiliaria.

**Figura 24.** Diseño de imagen publicitaria Inrale.



**Fuente:** Creado por el autor.

**Nota:** Diseño de imagen publicitaria para la portada de la página de Facebook de Inrale.



**Figura 25.** Campañas de proyectos en Facebook.

**Nota:** Algunas imágenes de las campañas en Facebook, diseño publicitario y manejo de Fanpage.

Esta actividad consistía en nutrir diariamente las páginas de Facebook de las constructoras donde se adjuntaban imágenes de sus proyectos acompañados de un mensaje que fuese atractivo al futuro cliente. Todos los días se revisaban mensajes y se respondían con la mayor prontitud, adicionalmente se tomaban los datos con la información de contacto de los interesados en cualquiera de los proyectos que ofertan las constructoras.

Una vez se tienen los datos de los interesados se pasan a una lista que es enviada a las inmobiliarias o constructoras debido a que la agencia no vende apartamentos, sino que es la encargada de hacer la publicidad y labores de marketing, sin embargo, la agencia actúa diariamente de vínculo entre empresa y cliente.

Las empresas constructoras que venden el bien inmueble lo hacen tangible o sobre plano, pero por lo general las ventas se hacen sobre los proyectos sobre planos.

Otra labor importante fue la actualización de base de datos donde se descubrió que la agencia cuenta con 29 clientes activos en el sector constructor y 35 correspondientes a cadenas de hoteles y restaurante determinando a los primeros como clientes potenciales de la compañía.

## Capítulo 5. Diagnóstico final

El proyecto significa una contribución de aspectos comunicativos y sociales para las agencias de publicidad digital en Bucaramanga, además constituye un aporte al marketing de contenidos y a las universidades, principalmente a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña por ser generador de ideas de innovación.

Esta propuesta digital por tratarse de un proyecto de vanguardia, es adaptable a las exigencias de las tecnologías de la información y de la comunicación donde a partir de una intervención, se llegó a la diagramación y practicidad de lo visual en los procesos comunicativos del ámbito publicitario.

La revista VivirSúper surge como una propuesta de diseño editorial, que logra abordar temas del sector de la construcción y finca raíz, pero además permite que los públicos segmentados tengan información de primera a la mano.

Dentro de la dependencia se realizaron avances significativos teniendo en cuenta que se reforzaron muchos aspectos de la parte comercial ayudando a la obtención de mayor cantidad de clientes a través de citas y venta de servicios.

Durante el periodo de práctica se llevaron a cabo tareas de comercio online así mismo la administración de páginas del sector constructor y la actualización de las mismas, elaboración de propuestas para las empresas con las que tiene convenio para posteriormente realizar vistas con gerentes y directivos al mando. También se destacan labores importantes como la actualización de base de datos debido a que no se encontraba con ordenada, solo se apreciaba al cliente con su información de contacto, ahora se puede apreciar qué cliente requiere de determinado producto o servicio.

Esta actividad se realizó previa a la selección de información concerniente al plan de trabajo, donde se logró como principal tarea la realización de esta revista Digital como producto comunicativo de The Ugly Duckling Company. Esta fue la finalidad con la que se intervino dentro de la compañía, incentivando a la aplicación y uso de este recurso tecnológico donde repose información de interés y atractiva para varios sectores de la construcción. La revista VivirSupér fue evaluada por la gerencia The Ugly Duckling Company, donde se acordó ponerla en práctica ver (Anexo 1)

## Capítulo 6. Conclusiones

En la realización del trabajo de intervención se logró determinar el problema principal para la agencia de marketing donde se plantearon las causas y efectos del uso de las herramientas digitales en la compañía, esto para conocer el estado del arte de la dependencia donde se intervino y posteriormente se plantearon los objetivos para hacer frente a lo que causa alarma.

La materialización de la pieza comunicacional es el resultado de una práctica desarrollada en un semestre académico, donde concretarlo supone el resultado del propósito planteado y con sus objetivos específicos cumplidos a cabalidad.

Una vez cumplidos los objetivos, se logró fusionar los temas investigados y comprimir en el presente trabajo cada argumento expuesto para finalmente lograr el diseño editorial de la revista, el cuerpo tiene un estilo sobrio y una estructura agradable al lector, además, es fácil de manipular. El resultado final fue satisfactorio para los involucrados debido a la calidad y perfección del producto dando como resultado la aprobación de este proyecto.

Las empresas a las que se les hizo publicidad dentro de la revista quedaron satisfechas con el trabajo realizado por Ugly Duckling Company, la cual se encuentra previa a la realización de su próxima feria inmobiliaria y donde estas empresas en calidad de clientes serán partícipes.

## **Capítulo 7. Recomendaciones**

Deseando siempre una mejora continua en los planes de negocio, se recomienda a la agencia de marketing The Ugly Duckling Company, la aplicación de la revista digital VivirSúper con actualizaciones trimestrales, asignando tareas a cada departamento para llevar a cabo un producto comunicacional duradero y aplicable a la actividad económica de la empresa.

Entre otras cosas, se hace una recomendación adicional en cuanto a las bases de datos, para que permanezcan organizadas teniendo en cuenta las actividades ejercidas por cada cliente de la compañía ya que cada uno desempeña actividades distintas.

## Referencias

- Arias Cevallos, O. J. (11 de Julio de 2011). *Revista Digital Interactiva de Diseño y Producción Audiovisual para la ESPOL*. Obtenido de Tesis Universitaria.:  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/16892/1/Revista%20digital%20interactiva%20de%20Dise%C3%B1o%20y%20Producci%C3%B3n%20Audiovisual%20para%20la%20ESPOLn.pdf>
- Cangas, M. J. (Septiembre de 2010). *Tesis: Marketing Digital: Tendencias en su apoyo al E-Commerce Y sugerencias de implementacion*. Obtenido de  
[http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ec-cangas\\_jp/pdfAmont/ec-cangas\\_jp.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ec-cangas_jp/pdfAmont/ec-cangas_jp.pdf)
- Constituyente. (1991). *Leyes informaticas*. Bogotá: Congreso de la Republica.
- Contagioradio. (8 de Abril de 2016). *EMPRESA DEL PERIÓDICO EL TIEMPO CONTAMINÓ CON TINTA HUMEDAL JABOQUE*. Obtenido de <http://www.contagioradio.com/empresa-de-el-tiempo-contamino-humedal-jaboque-articulo-22451/>
- Corona, A. E. (2001). Revista Digital Universitaria: origen y evolución de un experimento digital. *Revista UNAM*. Obtenido de  
<http://www.revista.unam.mx/vol.16/num3/art17/index.html>
- Díaz Gómez Genaro. (2017). *Topicos de base de datos*. Obtenido de wordpress.



Dominguez, G. E. (2012). *Medios de comunicacion masiva*. Mexico: Red Tercer Milenio.

Obtenido de

[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios\\_de\\_comunicacion\\_masiva.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf)

Emma Llensa. (15 de septiembre de 2017). *Definiciones de revista digital*. Obtenido de Emma

Llensa: <http://emmallensa.com/definiciones-revista-digital/>

Escuela de Organización Industrial. (Septiembre de 2007). *MODULO10: VISIÓN DE*

*CONJUNTO*. Obtenido de <file:///C:/Users/jeckz/Downloads/componente48045.pdf>

García, J. A. (2014). Documentos y Textualidades digitales. En J. A. García, *Documentos*

*electronicos y Textualidades digitales* (pág. 11). Salamanca: Universidad de Salamanca.

Obtenido de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XI7UAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=%22Julio+Alonso+Ar%C3%A9valo%22&ots=iOdu6mp8iT&sig=CbfUdoXI4sEhR7oVcEJfv0HSY4Q#v=onepage&q&f=false>

Gestiopolis. (28 de Enero de 2010). *Gestiopolis, Conocimiento en negocios*. Obtenido de

<https://www.gestiopolis.com/matriz-dofa-analisis-pest/>

Gonzales, I. (21 de Septiembre de 2016). *Qué es comunicación digital y por qué es importante*

*en las empresas*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

Hernández, H. N. (2015). *Árbol de Problemas del Análisis al Diseño y Desarrollo de Productos*.

Mexico.

Humedales Bogotá. (8 de Abril de 2016). *Fundación Humedales Bogotá*. Obtenido de

<http://humedalesbogota.com/2016/04/08/visita-al-humedal-jaboque-zona-afectada-vertimiento-sosjaboque/>

INESEM. (2017). *Business School*. Obtenido de <https://www.inesem.es/actualidad-inesem>

Instituto Internacional Español de Marketing Digital. (3 de octubre de 2016). *QUE ES TRAFICO*

*WEB*. Obtenido de IEMD: <https://iiemd.com/trafico-web/que-es-trafico-web>

Lévano, C. G. (2017). *HÁBLATE: PRODUCCIÓN EDITORIAL DE UNA REVISTA PARA LA*

*UNIVERSIDAD DE CARTAGENA*. Obtenido de

<http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/5213/1/TESIS%20-%20Revista%20Hablate.pdf>

LEY N° 1276. (2009). Ley de Delitos Informáticos en Colombia. Bogotá.

Ley N° 1341, 2009. (s.f.). *Principios y conceptos sobre la sociedad de la información*. Obtenido

de <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3707.html>

Ley N° 23. (1982). *sobre derechos de autor*. Bogotá: Congreso de la Republica.

Ley N° 527, 1. (1999). Del comercio electronico y firmas digitales. Bogotá.

Magro, C. (Febrero de 2014). En C. Magro, *Cultura digital y transformación de las*

*organizaciones* (págs. 1-50). Barcelona: RocaSalvatella. Obtenido de

www.greenhatpeople.com: <https://www.greenhatpeople.com/wp-content/uploads/2017/09/01.-Cultura-Digital-y-Transformaci%C3%B3n-de-las-Organizaciones.pdf>

Montes, A. F. (16 de Diciembre de 2011). *Diseño de la revista digital 11 amigos para Ipad*.

Obtenido de Tesis Universitaria:

[https://www.uma.edu.ve/postgrados/periodismo/revista\\_pde4/teg\\_franklin.pdf](https://www.uma.edu.ve/postgrados/periodismo/revista_pde4/teg_franklin.pdf)

Norma APA. (2017). *Norma APA sexta edición*.

Pérez, D. (26 de OCTUBRE de 2008). *¿Qué son las bases de datos?* Obtenido de Maestros Web:

<http://www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/>

Restrepo, M. L. (2007). *Medios, tecnologías y consumidores : perspectivas de mercado*. Bogotá:

Bogotá : Universidad del Rosario, 2007. Obtenido de

[https://books.google.com.co/books?id=xn\\_Rj-](https://books.google.com.co/books?id=xn_Rj-WdrYYC&pg=PA54&dq=medios+masivos+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjMy9KymrfgAhVixFkKHauQALoQ6AEIMjAC#v=onepage&q=medios%20masivos%20tecnologias&f=false)

[WdrYYC&pg=PA54&dq=medios+masivos+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj](https://books.google.com.co/books?id=xn_Rj-WdrYYC&pg=PA54&dq=medios+masivos+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjMy9KymrfgAhVixFkKHauQALoQ6AEIMjAC#v=onepage&q=medios%20masivos%20tecnologias&f=false)

[My9KymrfgAhVixFkKHauQALoQ6AEIMjAC#v=onepage&q=medios%20masivos%20t](https://books.google.com.co/books?id=xn_Rj-WdrYYC&pg=PA54&dq=medios+masivos+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjMy9KymrfgAhVixFkKHauQALoQ6AEIMjAC#v=onepage&q=medios%20masivos%20tecnologias&f=false)

[ecnologias&f=false](https://books.google.com.co/books?id=xn_Rj-WdrYYC&pg=PA54&dq=medios+masivos+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjMy9KymrfgAhVixFkKHauQALoQ6AEIMjAC#v=onepage&q=medios%20masivos%20tecnologias&f=false)

Rodriguez, I. M. (2017). *Bien Inmueble, conceptos*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/bien-inmueble.html>

San Martín, A. L. (Septiembre de 2012). *Dingo Plataforma de interacción, debate y gestión de información para la carrera de diseño gráfico de la Universidad de Chile*. Obtenido de

<http://www.tesischilenas.cl/index.php/record/view/271099>

- Savini, R. S. (2014). *Impacto de las redes sociales en las Empresas*. España: Universidad la Rioja. Obtenido de [https://biblioteca.unirioja.es/tfe\\_e/TFE000563.pdf](https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000563.pdf)
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios*. Editorial GEDISA. Obtenido de [https://play.google.com/books/reader?id=ce7IBgAAQBAJ&hl=es\\_419&pg=GBS.PP1](https://play.google.com/books/reader?id=ce7IBgAAQBAJ&hl=es_419&pg=GBS.PP1)
- Social Wibox. (2017). *Marketing Inteligente*. Obtenido de <https://www.socialwibox.es/social-wifi-wifi-social/>
- SoftDoit. (2016). *DEFINICIÓN TÉRMINOS DE SOFTWARE PHOTOSHOP*. Obtenido de <https://www.softwaredoit.es/definicion/index.html>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (27 de Julio de 2017). Obtenido de [http://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra\\_Entidad/Publicaciones/Proteccion\\_al\\_Consumidor\\_en\\_Colombia\\_julio27\\_2017\(1\).pdf](http://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/Proteccion_al_Consumidor_en_Colombia_julio27_2017(1).pdf)
- Thompson, I. (2013). *Estrategias de mercado*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html>
- Universidad de Costa Rica. (2013). *Manual para Evaluar Revistas Electronicas*. Universidad de Costa Rica.
- Vanguardia Liberal. (19 de Junio de 2018). *Bucaramanga registra la mayor expectativa para generar empleo*. Obtenido de <https://www.vanguardia.com/economia/local/bucaramanga-registra-la-mayor-expectativa-para-generar-empleo-JEVL436359>

Villaseca, M. D. (2014). *Innovación y marketing de servicios en la era digital*. ESIC Editorial.

Obtenido de

<https://books.google.com.co/books?id=2eNxBAAQBAJ&pg=PA41&dq=Marketing+digital:+m%C3%A1s+oportunidades+para+las+empresas+y+los+consumidores&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiIhP3qr7fgAhUixVkkHe8YAswQ6AEILzAB#v=onepage&q=Marketing%20digital%3A%20m%C3%A1s%20oportu>

Wikitravel. (12 de Septiembre de 2017). *Bucaramanga es una ciudad en la región de Santander de Colombia* . Obtenido de <https://wikitravel.org/en/Bucaramanga>

## Anexos

### Anexo 1. Entrega de la propuesta a The Ugly Duckling Company.

Bucaramanga, 18 de junio de 2018

**Propuesta para la puesta en marcha de la revista digital "VivirSúper" en la agencia de marketing digital The Ugly Duckling Company**

Señores  
**DEPARTAMENTO DIGITAL**  
The Ugly Duckling Company Bucaramanga

Asunto: Evaluación y aprobación de Propuesta.

Con la intención de realizar mejoras dentro de la compañía se realiza el presente documento donde se hace formal la propuesta para la realización de la revista digital para la marca VivirSúper del sector de la construcción, en diseño de interiores.

## Anexo 2. Propuesta de marketing realizada para Distribuciones Colombia.



**Plan de Marketing &  
Desarrollo WEB**

Sector	Construcción
Empresa	DISTRIBUCIONES COLOMBIA <a href="http://www.distribucionescolombia.com/">http://www.distribucionescolombia.com/</a>

La parte más importante de un sitio web, sea cual sea la orientación es su audiencia, el usuario a quien va dirigido el contenido y la forma como se presenta la información.

La psicología de clientes, estructuración de la empresa, estudios de mercado turístico y SEO (White Hacking), son algunos de los puntos a tener en cuenta para la realización de este sitio web orientado a la conversión y a mejorar el ROI (retorno de la inversión). El sitio será realizado totalmente enfocado hacia el marketing digital ya que la intención y necesidad primordial de la distribuidora es captar y convertir el número máximo de leads para vender sus productos y servicios a dichas personas interesadas.

La usabilidad, la interacción y todo lo relacionado con los contenidos, estará en el diseño web, para avanzar desde el concepto que se define hasta la realización de los requerimientos de la distribuidora. La usabilidad de un sitio destaca el propósito del mismo, ayuda al usuario y lo guía a navegar de manera clara en el web y usa el diseño visual (front end) para mejorar la experiencia del usuario. Esto se refiere a que los elementos gráficos deben estar para ayudar a los objetivos del sitio y no solo como adornos para rellenar espacios.

La propuesta a Distribuciones Colombia para la realización y éxito de este sitio web debe estar contemplada en dos aspectos importantes: Realización y desarrollo del sitio web, integración del sitio con los servicios y módulos definidos por el Centro Comercial para ejecución de un plan de estrategia y marketing digital.

Realización y desarrollo del sitio web:  
<http://www.distribucionescolombia.com/>

<p><b>-Agregar Fotos fijas, 360° y vídeos de calidad proporcionados por el cliente-</b></p> <p>Los videos y fotografía, sea cual sea la calidad, HD, 4K y 360°, serán soportados por la página web, conservando fluidez y velocidad de carga y de respuesta para el usuario final y será adaptable a cualquier dispositivo (<u>Responsive design</u>).</p>
<p><b>-Contenido de calidad asegurándonos del buen funcionamiento y la carga rápida de la página web-</b></p> <p>Al ser un sitio orientado al marketing digital, estamos obligados a que todo tipo de contenido este en cumplimiento con las pautas de Google al ser motor de búsqueda que tiene el 98% del tráfico web. Todo el contenido será medido a través de técnicas y analítica soportado por Google, para obtener así una buena calificación en motores y de usabilidad. Google premia la calidad por encima de la inversión económica que se haga, es decir, los sitios que mejor se adaptan a sus políticas y al cambio de las mismas estarán mejor ubicados orgánicamente (SEO) y en marketing de buscadores (SEM)</p>
<p><b>-Diseño adaptable a dispositivos y con buena experiencia de Usuario-</b></p> <p>El diseño adaptable (<u>responsive design</u>) es una tendencia y necesidad para el marketing digital y de contenidos. Cerca del 80% de los usuarios de la internet poseen un dispositivo móvil, y aproximadamente el 60% del tráfico web proviene desde el Smartphone o Tablet volviendo así imperativo adaptarnos y adaptar la solución a el diseño multiplataforma.</p>
<p><b>-Contenido totalmente autoadministrable-</b></p> <p>El sitio web podrá administrarse desde una capa (rol) de "administrador" donde se tendrá accesos para que la misma distribuidora o con nuestra ayuda se gestionen los contenidos, podrá cambiar secciones completas o cualquier fotografía o banner en tiempo real.</p>

<p style="text-align: center;"><b>-Implementación de un Blog-</b></p> <p>El blog será usado para crear contenidos interesantes por parte de distribuciones Colombia para invitar al usuario a navegar el sitio y ser persuadido (no invasivamente) a comprar los servicios la distribuidora. Se instalará un blog según calendario de desarrollo.</p>
<p style="text-align: center;"><b>-Secciones o pestañas ilimitadas-</b></p> <p>Cubierto. Desde el administrador se podrá eliminar o agregar tantas pestañas como se requieran, teniendo en cuenta recomendaciones de usabilidad.</p>
<p style="text-align: center;"><b>-Implementación de un Chat en Línea-</b></p> <p>A consideración.</p>
<p style="text-align: center;"><b>-Localización de Distribuidoras en Google Maps-</b></p> <p>Se creará el perfil en Google para que en la búsqueda orgánica (SEO) o marketing de buscadores (SEM) aparezca el perfil de la distribuidora con la información relevante al mismo.</p>
<p style="text-align: center;"><b>-SEO y Analytics, Facebook Pixels-</b></p> <p>Se complementará el sitio con analítica de Google y Facebook para que así pueda ser medido todo tipo de acciones (conversiones) y hacer respectivos ajustes y toma de decisiones. Lo que no se puede medir no se puede mejorar.</p>

Podrán ser agregados módulos adicionales ya sea a modo de requerimiento por la distribuidora o por parte de nosotros para mejorar la experiencia y desempeño del sitio.

1	Asesoría Técnica y servicios.	<b>Incluido:</b> -Sitio WEB orientado al MD. -Servicio al cliente personalizado. -Capacitación en el manejo del sitio (capa administración). - Integración del motor de reservas y diferentes medios de pago -Cualquier detalle, error, falla o corrección con la aplicación será solucionado. -Protocolo Https.
2	Tiempo de entrega:	45
4	Costo:	\$ 3.500.000 COP + IVA

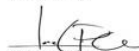
#### Presupuesto Marketing digital

Datos	Descripción	
1	Estrategia digital <b>Incluido:</b> -Google Analytics -Facebook ADS -Instagram ADS -Facebook Pixel -Google Adwords -Red Display Google y YouTube -Reportes de Audiencia y Resultados -Social Media manager (Facebook, Instagram, Twitter, Blog) -SEM marketing de buscadores durante los primeros meses.	
2	Piezas Graficas	ilimitadas
4	Costo:	\$ 2.500.000 COP/mes + IVA

El servicio de marketing digital es indispensable para que el sitio tenga los resultados de ventas deseadas. Los presupuestos para las campañas en Redes Sociales, Google y sus redes están incluidos en el costo mensual el aparte de

marketing digital. Se debe tener en cuenta que pueden ser agregados presupuestos para mejorar resultados o hacer campañas adicionales requeridas por la distribuidora. La idea es tener un acuerdo mensual por este ítem.

Atentamente,



José Luis Plata Quintero / DIRECTOR EJECUTIVO  
[jose.plata@theduck.com.co](mailto:jose.plata@theduck.com.co) / (+57) 304 344 9997 / (+57) 604 5079  
**The Ugly Duckling Company S.a.s**  
 Carrera 44 # 33A - 50 B. Álvarez  
 Bucaramanga, Colombia  
[www.theduck.com.co](http://www.theduck.com.co)

Otras evidencias :

[file:///E:/Downloads/Cat%C3%A1logo%20de%20Producto%20Smart%20WiFi%20compresed%20\(1\).pdf](file:///E:/Downloads/Cat%C3%A1logo%20de%20Producto%20Smart%20WiFi%20compresed%20(1).pdf)

<file:///E:/Downloads/Brochure%20TUDC%20Agencia%20de%20Publicidad.pdf>

**Fuente:** Creado por el autor.