

**Estrategia de difusión y comunicación para la empresa Deconfort Diseño
enfocado en el sector de Madelena para el 2022.**

Dissemination and communication strategy for the company Deconfort Diseño focused on the
Madelena sector by 2022.

Diana Carolina Reyes Martínez

Resumen

El presente artículo presenta el diagnóstico y a la vez una estrategia de comunicación para la empresa Deconfort Diseño, encargada de ofrecer servicios en el área de Decoración de interiores y acabados finales en proyectos de vivienda de tipo familiar. Se enuncian los hechos más relevantes que han acompañado la trayectoria de la empresa a través de los doce (12) años que lleva la empresa en el sector de la decoración, además de un análisis DOFA, que nos llevara a tener en cuenta los aspectos más relevantes del contexto de la empresa respecto a establecer los canales de comunicación que más se ajusten en la difusión de los servicios y que sea un aspecto diferenciador dentro de la oferta que se ofrece en el Barrio Madelena, sur de la Ciudad, en el que los proyectos de vivienda familiar han tenido un auge importante en los últimos años. Se estableció un objetivo estratégico de marketing, el cual tiene como objetivo incrementar las ventas anuales respecto al año anterior. Por último, se establecerá unos parámetros de seguimiento de resultado para la evaluación y control, para asegurar la sostenibilidad a mediano y largo plazo.

Palabras Clave

Plan de comunicación, Marketing, decoración de interiores. Acabados finales, estilos, diseños, ambientes, tendencias, servicio.

Objetivo Principal.

Diseñar una campaña de alcance para mejorar el posicionamiento e incrementar las ventas de la empresa Deconfort Diseño.

Objetivos Específicos

Analizar el entorno de la empresa Deconfort Diseño, para conocer su situación actual.

Hacer un diagnóstico la situación actual respecto al método de comunicación y promoción para la difusión de la empresa Deconfort Diseño.

Definir los objetivos de marketing para la empresa Deconfort Diseño.

Pregunta.

¿Es posible crear una estrategia de venta online para difundir los servicios de la Empresa Deconfortn enfocada en decoración de acabados finales en proyectos de vivienda del sector de Madelena?

Marco teórico

Diseño de interiores y decoración en viviendas en Colombia.

La experiencia de los usuarios no solo en Colombia, si no en el contexto mundial, se resume en las experiencias y sentimientos que se generan a través de un espacio interior del día a día generamos nuevos momentos, en el que Rogelio Salmona o Antonio Gaudí pensaban sus obras en todos los espectros de la escala arquitectónica, para que hasta los más finos detalles de acabados fueran parte de la experiencia. (ArchDaily, Santiago Baraya, 2020).

Colombia es un país tropical, donde el clima y temperatura varían por la altura en donde se esta y no por estaciones. En ciudades frías como Bogotá y sus cercanías, hace que la cálidez se logre a través del manejo del diseño de interiores y las atmosferas repensadas. La organización del movimiento es un punto de partida, que se puede lograr mediante la manipulación básica del diseño. Esta división del espacio se puede lograr a través de paredes, pero también a través de muebles e incluso objetos. Al mismo tiempo, el diseño interior debe prestar atención a las condiciones de confort (térmicas, de iluminación o acústicas), y a la ergonomía, que nos ayuda a dimensionar adecuadamente los muebles y objetos. Finalmente, la especificación de revestimientos y materiales constituye la parte más visible y superficial del diseño de interiores, pero no por eso la menos importante. Este toque final compone la 'cara del proyecto', transmitiendo la visión del diseñador, así como los deseos y necesidades de los usuarios. Generalmente se tiende a confundir los dos conceptos y se percibe como un mismo termino. Primero es esencial comprender los comportamientos y deseos del usuario para crear espacios funcionales y estéticamente agradables.

La humanidad pasa cada vez más tiempo en el interior, impactando directamente nuestro bienestar y salud. En los períodos de confinamiento obligatorio, como en la actual pandemia del Covid 19, nos damos cuenta de cuán importantes son los espacios interiores para nuestro bienestar e incluso para la prevención de enfermedades. Por eso, diseñar un ambiente interior es una gran responsabilidad para todo profesional. Un diseñador de interiores debe planificar, investigar, coordinar y administrar estos proyectos para obtener un ambiente adecuadamente saludable y estéticamente agradable para las personas que utilizarán el espacio.

Desde las diferentes ramas en las que se proyecta el diseño es el interiorismo, que busca crear espacios, agradables, confortables, teniendo en cuenta la ubicación el espacio, las necesidades del cliente, el espacio.

Jhon F. Pile (1988) plantea que el lapso de tiempo que las personas pasan en un espacio interior de lo que se pasa en el exterior, aún más con los tiempos que vivimos en la actualidad en el que el hogar se ha convertido para muchos el lugar de trabajo, junto con el hecho de adquirir vivienda propia es un paso importante y en el que se busca que cumpla con todas las expectativas para llenar ese espacio. De allí la importancia del diseño de interiores y los servicios que se pueden prestar a partir de esta área como abordarlo para entender la necesidad del usuario y como para la empresa familiar Deconfort Diseño es relevante y como desde diferentes canales se puede comercializar el servicio.

A través de la decoración de interiores se busca crear soluciones funcionales que tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de los ocupantes, teniendo en cuenta el entorno, cultura y necesidades para hacer de este espacio estéticamente más atractivo, son varios los aspectos que se deben tener en cuenta para llegar al concepto de confort. En el diseño de interiores para vivienda no solo se tiene en cuenta los gustos estéticos de cada integrante si no indagar en sus hábitos, su rutina para generar un buen resultado. En un principio esta área del diseño se presumía que era solo para grandes estructuras, audiencias de altos ingresos estratos, y era limitado acceder a esta rama del diseño para lograr brindar el ambiente que se quería en cada hogar. Ahora por el incremento de oferta en proyectos de vivienda que se presenta en varios sectores de la ciudad, se hace necesario brindar una alternativa que cubra valores como; responsabilidad, confianza, variedad, servicio personalizado, cumplimiento de expectativas entre otras.

Entender al ser humano en sus dimensiones fisiológicas, anatómicas, y psicológicas nos ayudarán a alcanzar un alto nivel de confort, respetando su diversidad y sus diferencias. No todas

las personas se mueven de la misma forma por el espacio ni tienen las mismas dimensiones corporales, y no todos se sienten cómodos frente a la misma cantidad de luz o resisten con agrado las mismas temperaturas. Es fundamental considerar un acercamiento holístico y multidisciplinar a la hora de diseñar espacios centrados en el bienestar, y la observación y análisis en profundidad de cada 'cuerpo y mente' es clave para concretar un proyecto exitoso.

Acabados en Obra blanca

La última etapa de toda construcción es esta. Aquí se instalan los acabados que definen el estilo de la casa y la hacen habitable. Se añaden la fontanería, la carpintería interior y exterior, acabados, soldaduras, revestimientos, pintura, cocina, baños y más.

Vivienda de Interés Social (VIS)

Es aquella que reúne los elementos que aseguran su habitabilidad, estándares de calidad en diseño urbanístico, arquitectónico y de construcción cuyo valor máximo es de ciento treinta y cinco salarios mínimos legales mensuales vigentes (135 SMLM).

Sector Madelena

Dentro de este contexto, es necesario en primera instancia detallar las características del sector. Madelena es considerado un barrio tradicional ubicado en el sur – occidente de Bogotá, en la localidad de Ciudad Bolívar. Este barrio está dividido en dos etapas, Madelena Antigua y Madelena Nueva, esta última considerada como la más reciente. Madelena, fundada en 1980 nació con la iniciativa de la constructora Mazuera Villegas 2. Es un sector en el que predominan de 2 y 3 niveles, hasta hace muy pocos años empezó el boom de la construcción de edificios de apartamentos, pero su enfoque venía siendo VIS (vivienda de Interés social.).

Madelena es en la actualidad uno de los barrios más valorizados del sur de Bogotá; su sentido residencial, diseño arquitectónico y seguridad, lo convierten en una opción ideal para aquellas familias que buscan un entorno tranquilo con buena calidad de vida.

La mayoría del sector se encuentra en el estrato 3 y cuenta con amplias zonas verdes, un comercio en desarrollo con ofertas que van desde la gastronomía hasta la moda y espacios para el deporte y sano esparcimiento.

Actualmente el metro cuadrado en Madelena oscila entre los \$3.000.000 y los \$3.500.000, valores que varían dependiendo del tipo de vivienda. La mayoría de apartamentos en venta se ubican en un rango de precios ideal para una familia bogotana de clase media, con valores que van desde los 150 hasta 230 millones de pesos, en áreas que rondan los 48 y los 65 m².

El sector a trabajar es en el sur de la ciudad donde los espacios se volvieron más pequeños, pero en el que hay que pensar en la funcionalidad y confort de cada uno de los espacios, así que por parte del público objetivo esta en la búsqueda de formas y materiales simples de calidad, pero influida por la innovación y las nuevas tendencias.

TABLA.01 Constructoras Madelena.

Constructora	Proyecto	Precio	Área
BUENVIVIR	Pinar de Novalena (Club residencial)	\$132.000.000	Área total: 43.28 m ² TIPO B
CAPITAL	Reserva de Madelena	\$140.000.000	Área total: 50.35 m ² TIPO B
COLPATRIA	Torres de San Rafael	\$135.000.000	Área total: 49.00 m ² TIPO B

Distribución de apartamentos.

Reserva de Madelena: 6 Torres de apartamentos de 23 pisos, para un total de 1.102 apartamentos con altura de entrepiso de 2.20 mts.

Pinar de Novalena: 8 Torres de apartamentos de 24 pisos.

Torres de San Rafael: 6 torres de apartamentos de 22 pisos.

Modelo de toma de decisiones del consumidor:

Análisis del cliente:

Grupos Focales.

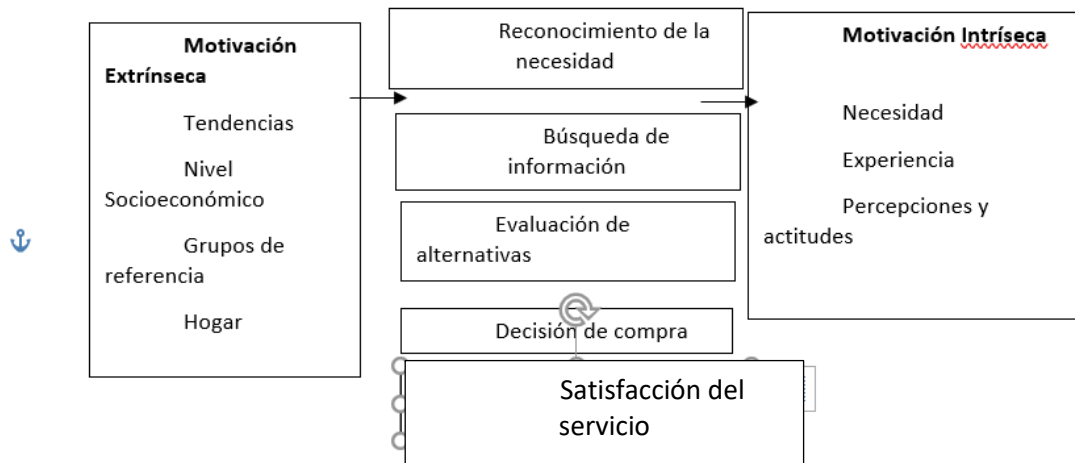
1. Núcleo familiar, compra de propiedad por mutuo acuerdo, parejas que comienzan su convivencia, edad entre 26 años a 35 años.
2. Familias ya establecidas con 1 o 2 hijos, viven en arriendo, quieren adquirir vivienda propia, edad entre 30 años a 50 años.
3. Personas que ya poseen propiedades y están en la búsqueda de nuevos inmuebles que representa ganancias al venderlo por un valor más elevado, edad entre 45 años a 65 años.

Tipos de clientes

Son personas calculadoras, analíticas, racionales y con buena disposición; se fijan en las diferentes alternativas que se ofrecen en el mercado, fijándose en precio vs calidad.

Toma de decisiones del consumidor.

TABLA 02. Motivación usuario, proceso de compra.



Ante el reconocimiento de la necesidad del consumidor busca información en medios masivos o los medios tecnológicos que tienen a la mano. Una vez encuentra la información se presenta otro elemento correspondiente a la evaluación de alternativas que pueden dividirse en aspectos positivos o negativos y así entra analizar de forma consciente o inconsciente de los atributos de la mezcla de producto-servicio.

Generalmente la dinámica analizada sobre la decisión de escoger un proveedor de servicios, es la confianza y la experiencia que le puede brindar determinada empresa.

Análisis competencia

Los siguientes son los tres (3) principales proveedores que en la zona de Madelena, están ofreciendo sus servicios por medio de un representante, cuentan con punto de atención físico.

Cortinas Capital (Decoración y estilo)	Alquería
--	----------

Total Deko (Persianas y cortinas)	Alquería
Cortinas y papeles	Madelena

Situación actual de la empresa

DOFA

La matriz DOFA es una herramienta administrativa que permite analizar la situación actual de la empresa con respecto las condiciones internas de la empresa y el contexto externo que la puede afectar.

Fortalezas	Debilidades
Servicio personalizado.	Ausencia en redes sociales.
Experiencia y reconocimiento a través de la trayectoria de 12 años.	No existe algún tipo de estrategia publicitaria establecida.
La difusión que se ha hecho voz a voz a través de los usuarios que han confiado y recomendado la empresa.	No se tienen canales de comunicación establecidos.

<p>Pago contra entrega hasta el resultado final.</p>	
<p>Oportunidades</p> <p>Existen mercados potenciales no explorados.</p> <p>Por medio de la implementación de una buena estrategia se puede abordar otros sectores de la ciudad.</p> <p>El cliente tome paquete que incluyan varios de los servicios que prestan la empresa.</p>	<p>Amenazas</p> <p>Surgimiento de nuevas empresas en el sector.</p> <p>Los niveles de venta no han aumentado.</p>

Deconfort diseño, es una empresa del sector comercial, lleva más de 10 años en proyectos de vivienda de varios sectores de Bogotá. Se dedica al asesoramiento, venta, instalación, reparación de acabados como Cortinas, divisiones de baño, puertas de seguridad. La razón por la que los clientes recomiendan a DECONFORT DISEÑO, se fundamenta en;

Servicio, Calidad, personalización de venta, facilidad de pago Contraentrega, en el que su medio de venta es la difusión de clientes voz a voz, y publicidad impresa.

No se cuenta con página web ni redes sociales, por lo que al frente a la competencia pierde visibilidad en el mercado, por eso es necesario realizar un plan de mercadeo para mejorar ventas, posicionamiento, reconocimiento y utilidades de la empresa.

Ahora bien, la relevancia dada al diseño como ejercicio profesional de la arquitectura, así como a la planificación en la concepción del desarrollo habitacional.

La posibilidad de reconocer en las soluciones su evolución en el tiempo, donde se expresen las dinámicas de los habitantes para la satisfacción de sus necesidades y expectativas.

Diseño metodológico

El **diseño metodológico** se encarga de definir la organización de los procesos a desarrollarse en una investigación, para llevarla a cabo satisfactoriamente, definiendo qué tipo de pruebas realizar y de qué manera se tomarán y examinarán los datos.

Design thinking, orientada a generar soluciones respecto al usuario que le apunta la empresa dentro de un marco ya propuesto.

Que voy hacer: **Solucionar un problema**, en el que la empresa Deconfort Diseño necesita promover sus servicios, a la vez aumentar sus ventas.

Empatizar

Dentro del árbol de problemas encontramos:

Falta de una estrategia de comunicación que de a conocer la empresa.

No hay presencia en redes sociales.

No se cuenta con un punto físico y tampoco canales de comunicación funcionales.

Benchmarking funcional

Punto de referencia fabricante de cortinas VERTIBLINDS, empresa destacada en el sector a nivel local y nacional. Los canales de comunicación para los distribuidores esta siempre actualizada y personalizada, generando óptimos descuentos por pronto pago al ordenamiento de la compra.

Definir

Conocer la dinámica que manejan el grupo focal en medio de la toma decisión de compra.

Mapa de Empatía (Adriana Sarmiento) (30 años)

¿Qué piensa y siente?

Ser un buen ejemplo para su familia, no tener carencias para poder cumplir con todos los requerimientos que necesita su hija, lograr culminar su especialización, continuar con el pago de su apartamento sin contratiempos, seguir ascendiendo en la empresa en la que labora.

¿Qué oye?

En cuestión de estilo musical, le gusta la música romántica y el reguetón. Sus padres la apoyan en un gran paso en la adquisición de una vivienda propia, y no continúe pagando

arriendo, ya que es una inversión importante para ella y su familia. Al igual que sus jefes la acompañaron en el proceso de adquisición del inmueble.

¿Qué ve?

El entorno en el que se desenvuelve Adriana, gira entorno a su familia y su trabajo, hace aproximadamente un mes entregaron su apartamento esta realizando ajustes de estucado, pintura, cambio de laminado de piso, espera en menos de un mes comenzar a cotizar empresas de acabados finales, para poder realizar el cambio de domicilio, al momento está viviendo en arriendo en un apartamento en el barrio El Tunal.

¿Qué dice y hace?

Afirma que por lo general intenta tener una actitud positiva, de no estresarse por motivos banales, que siempre hay que aportar una solución a cualquier inconveniente, y no hacerlo más complicado. Esta cursando segundo semestre de una Especialización en mercadeo digital. Se destaca por su buen trato y actitud.

Esfuerzos

Que las dificultades que ha tenido que sobrellevar se vean recompensadas en un futuro. Respecto a los servicios que ha tomado para el arreglo de su apartamento espera que cumplan sus expectativas respecto al servicio y que sea mucho mejor de lo que esperaba.

Resultados

Contar con un respaldo económico más adelante, quizás lograr adquirir otro inmueble en el que gane algún porcentaje de utilidad, ya que visualiza en la finca raíz un buen negocio.

Idear

Modelo de negocio

Un modelo de negocios es una estructura conceptual que apoya la viabilidad de una empresa y explica la forma en la que esta opera, hace dinero y cómo alcanza sus metas. Además, aquello sirve como una descripción de cómo la organización ofrece valor al cliente.

Distribuidor

Se compran el producto a través de unos fabricantes como Vertiblinds (fabricante de cortinas) y se comercializan en el mercado directamente al público objetivo.

Propuesta de valor

Título

Complementamos tu espacio con los mejores acabados y servicio personalizado.

Subtitulo

Nuestros servicios te brindan el confort adecuado para generar mejores espacios.

Bullet points

Precio: Los mejores acabados al mejor costo y mejores precios.

Comodidad: Implementamos mejores prácticas según tus necesidades.

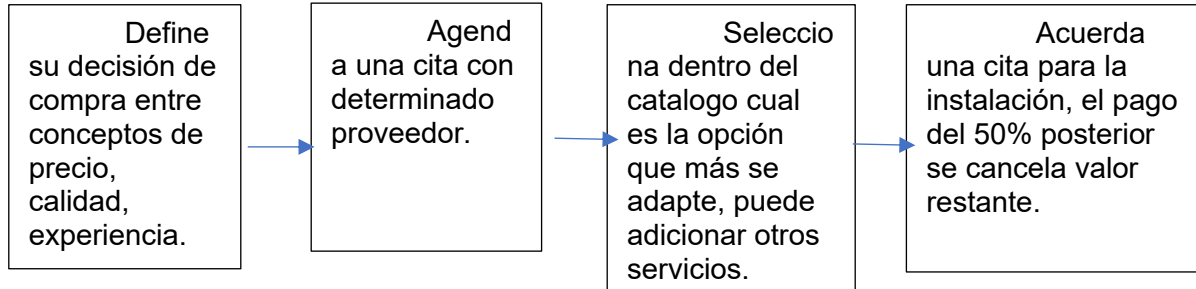
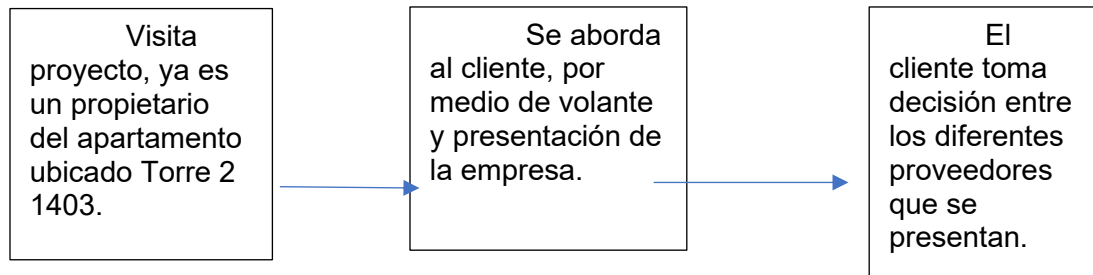
Garantía: Proporcionamos la garantía suficiente para producir la confianza en nuestro servicio.

Prototipar

Mapa experiencia de usuario

User journey (Juan Carlos Barbosa, 36 años)

A continuación, se analiza el ciclo de compra de un usuario del Proyecto Reserva de Madelena.



Testear

Se expone a diez (10) usuarios la estrategia de comunicación que se propone, a través de entrevistas y storytelling clientes que ya han utilizado los servicios de la empresa Deconfort Diseño.

Implementar

Estrategia de comunicación

ESTUDIO DE MARKETING, a fin de caracterizar los clientes, fijar precios, determinar una mezcla de mercado óptima que le permita a la empresa el aprovechamiento de las oportunidades.

- ESTUDIO DE MERCADOS, a fin de caracterizar el mercado objetivo a través de la recolección de datos sobre sus preferencias y gustos.

Se llevará a cabo a partir de cinco fases:

FASE 1: Análisis situacional: Se realiza un estudio del entorno que gira alrededor del negocio. Se obtiene información a través de entrevistas.

FASE 2: Diagnostico de la situación: Se elabora un listado DOFA, con el fin de identificar los aspectos más relevantes, para resumir el estado actual de la empresa, en relación con la competencia.

FASE 3: Objetivo Estratégico de mercadeo, Identificar las necesidades del negocio, para establecer un plan de acción, con el objetivo de incrementar las ventas respecto al año anterior.

FASE 4: Definición de la estrategia: Teniendo en cuenta el análisis en el estudio DOFA, se crea una estrategia bajo el panorama actual teniendo en cuenta las particularidades del público objetivo.

FASE 5: Establecimiento de los parámetros de seguimiento para la evaluación:

Definir los mecanismos de control de resultados y evaluación del proyecto, para verificar la sostenibilidad a mediano y largo plazo.

El método de investigación que se utilizará para la realización de este proyecto, se abordará desde dos fases; Primera será el cualitativo de carácter exploratoria con el fin de proporcionar los datos que reflejen la situación actual de la empresa simultáneamente través de historias de vida, de nuestro público objetivo. Con la finalidad de generar mayor acercamiento.

En segundo lugar se hará una investigación de carácter descriptivo, aplicando encuestas para indagar la preferencia del mercado meta respecto a la oferta del servicio DECONFORT DISEÑO, el perfil del segmento, el análisis de la zona (grado de aceptación), el precio de la vivienda y los limitantes de la oferta. Con el fin de indagar aspectos relacionados con sus preferencias.

La observación, e historias de vida abordadas mediante un trabajo de campo en la empresa con el fin de indagar aspectos más profundos sobre preferencias y gustos del grupo meta y experiencia en el desarrollo de la empresa a lo largo de los 12 años que lleva la empresa ofreciendo sus servicios.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Con este panorama se debe definir claramente un plan de mercadeo que permita mejorar e incluir nuevos canales de comunicación con el fin de mejorar ventas y posicionamiento de la empresa.

El grupo focal al que le apunta la empresa Deconfort Diseño presenta las siguientes características:

. Usuarios que adquirieron su vivienda en el sector de Madelena en cualquiera de los tres proyectos explorados en la zona, en el que el valor de proyecto oscila entre los \$130.000.000 a \$150.000.000 millones de pesos

. Edad de 26 a 35 años que se encuentran en el proceso de conformación de un núcleo familiar.

. Todos los encuestados a nivel educativo, son profesionales, 6 de 10 de los encuestados están cursando un posgrado.

. Edad de 40 a 65 años quieren ampliar su patrimonio a través de la adquisición de propiedad de finca raíz, ya sea para arriendo o para venta a un precio más elevado.

Investigación tipo descriptiva: identifica “formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación” como por ejemplo preferencias de consumo y factores decisionales de compra, así como también intenta “descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación como la relación precio-consumo de un producto, por otra parte, una enfoque a través de storyline en el que usuarios cuentan su experiencia con la empresa Deconfort diseño.

Tamaño de la muestra

Se realizarán 10 encuestas en el sur de Bogotá, en la zona de Madelena. Dirigida a personas que ya adquirieron su inmueble, indagando acerca de las preferencias en cuestión de los acabados finales para pasar a habitar el apartamento como tal.

Instrumentos de recogida de información

La técnica de recolección de datos es una fuente primaria de información y tendrá como eje principal de la investigación, indagar acerca de gustos y preferencias, así como la intención de compra, las diferentes variables que influyen en la decisión de compra, sensibilidad ante los precios.

A través de cuestionarios online con el fin de indagar acerca de la experiencia de compra y la dinámica como factor decisivo como factor de compra.

Procedimiento

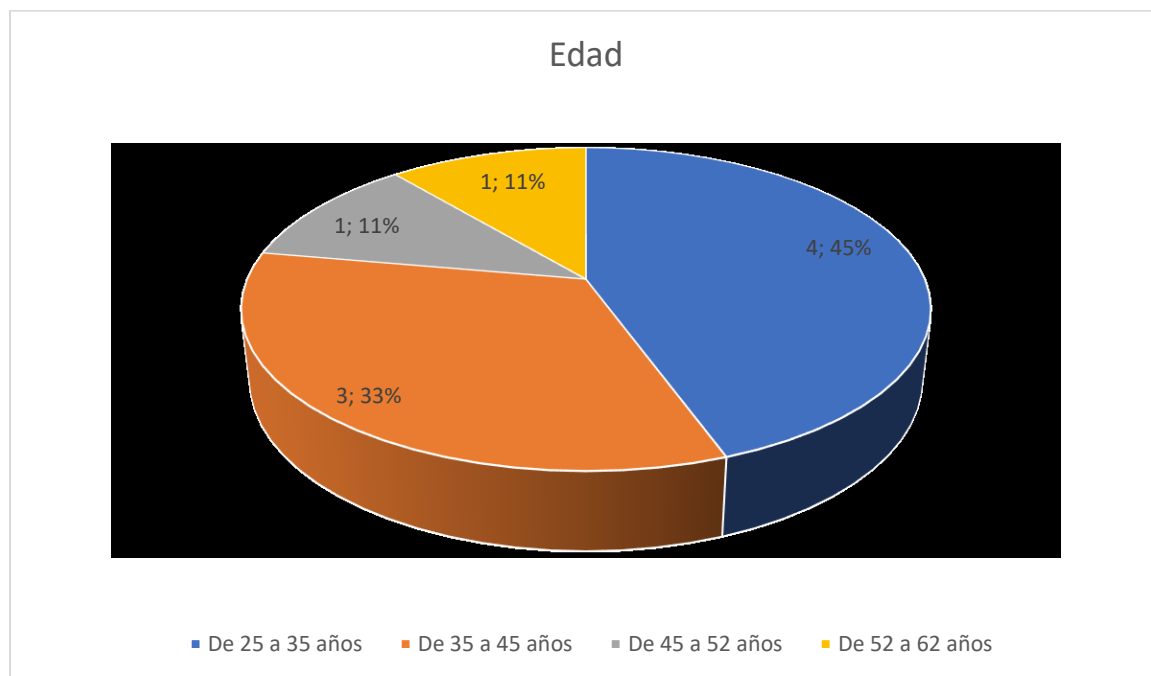
En primera instancia se realiza un análisis DOFA, de la situación de la empresa Deconfort Diseño, evidenciando las posibles fallas en el que la empresa ha incurrido y en la que el objetivo principal es crear una campaña de alcance para llegar al grupo focal del Sector de Madelena en los proyectos enmarcados a los que se quieren dar a conocer los servicios y así generar un incremento en las ventas.

Se ha tomado una muestra de diez (10) usuarios que han estado dispuestos a exponer las diferentes variables a evaluar tomando como eje principal la experiencia de usuario para tenerlo en cuenta dentro de los movimientos para generar la campaña de alcance.

De acuerdo a los resultados arrojados se evaluará el embudo de ventas en las redes sociales, si es el proceso se adapta a los cambios que puede sobrellevar.

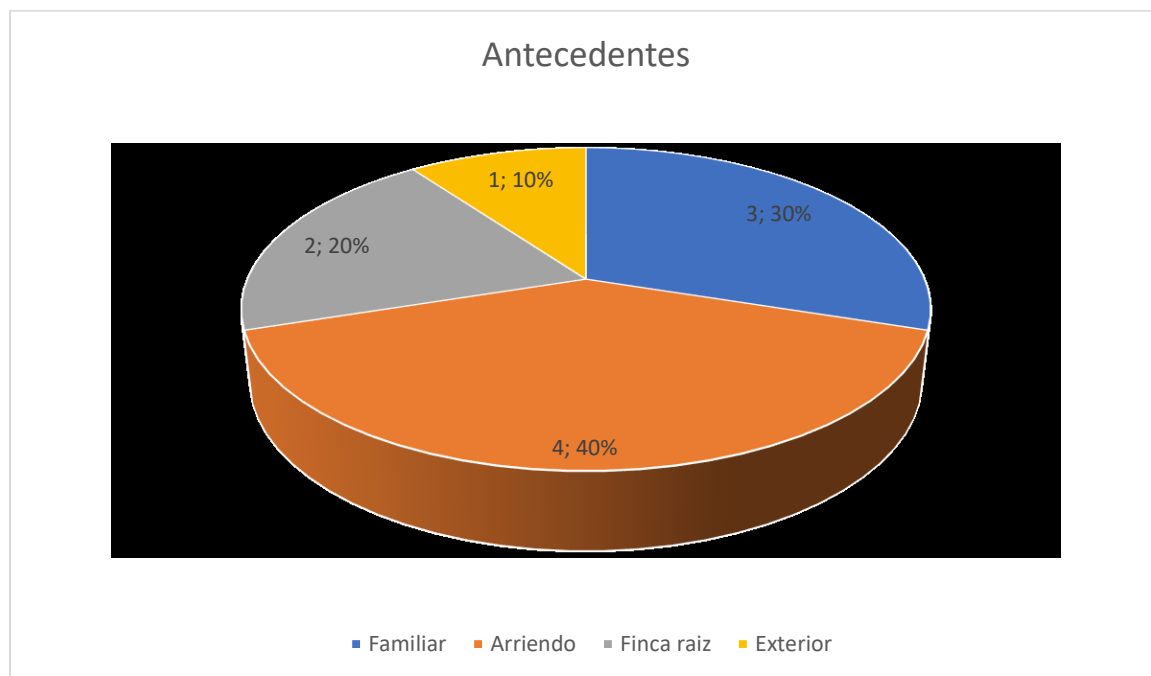
Resultados

Grafica 1. Edad



De 25 a 35 años	4
De 35 a 45 años	3
De 45 a 52 años	2
De 52 a 62 años	1

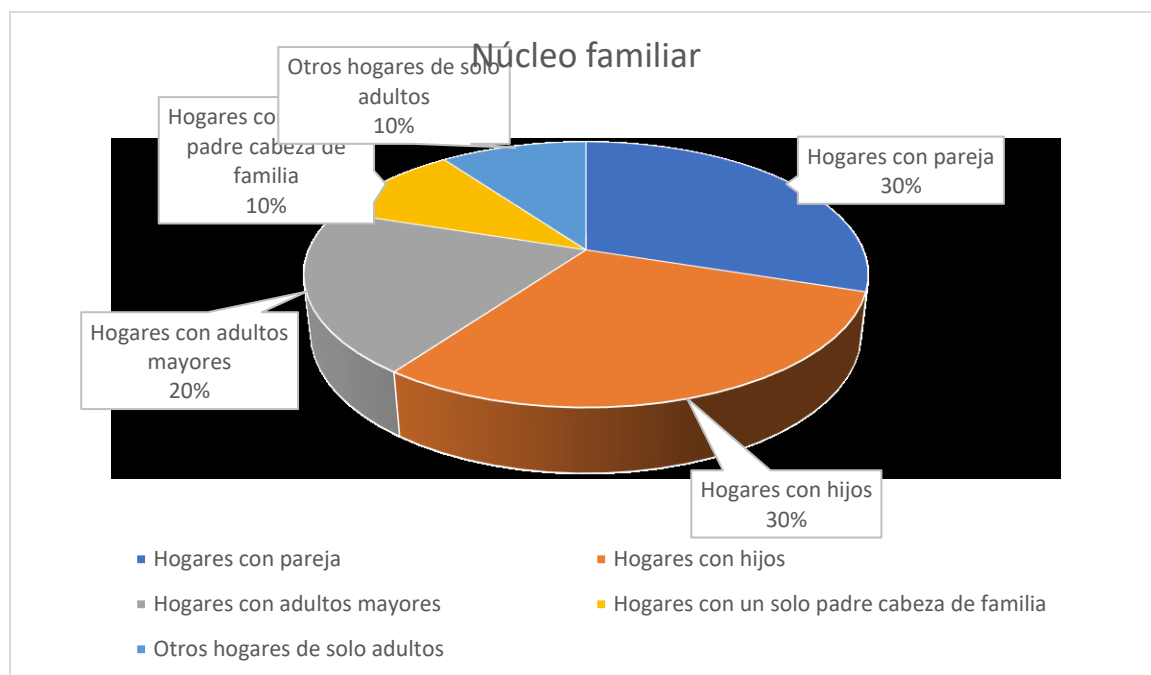
De la totalidad de la muestra entre los 10 encuestados el 4.45% se encuentra en el rango de edad más joven.

Gráfico 2. Antecedentes de vivienda

Vivienda familiar	3
Arriendo	4
Finca raíz (negocio)	2
Vive en el exterior	1

De la totalidad de la muestra un 4.40% vivían en arriendo, se acogieron a los diferentes subsidios que brinda el gobierno.

Gráfico 3. Núcleo familiar.

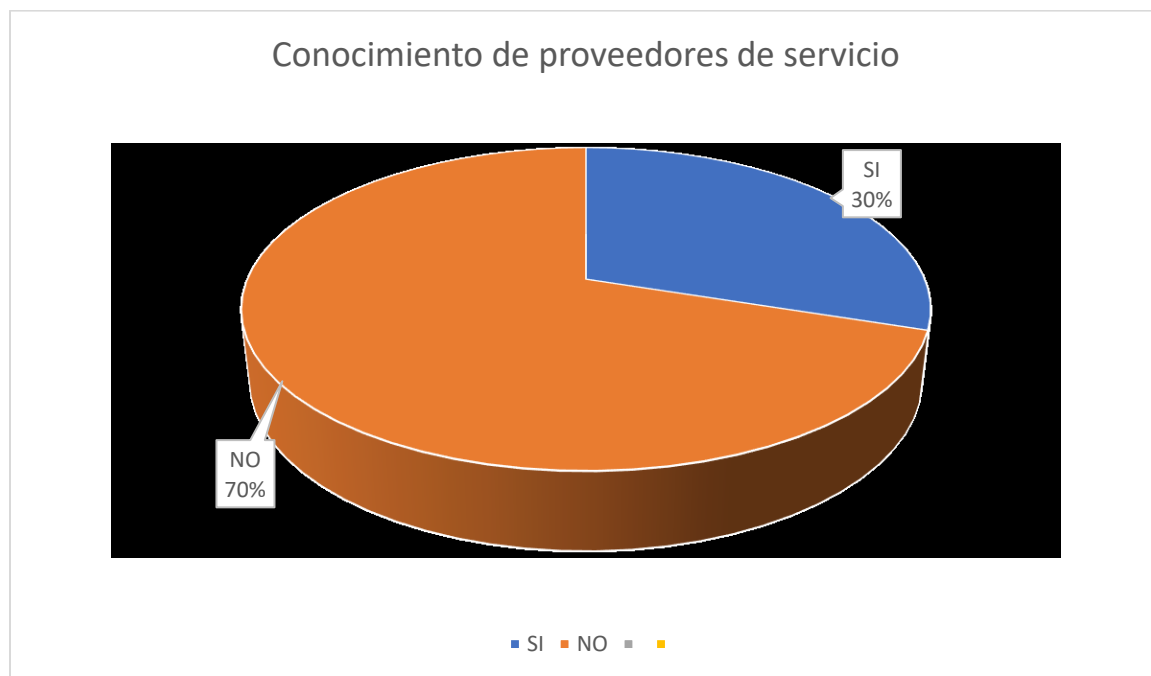


Hogares con pareja	3
Hogares con hijos	3
Hogares con adultos mayores	2
Hogares con un solo padre cabeza de familia	1

Un porcentaje equitativo se presenta entre los hogares que solo están conformados por parejas y que tienen uno o dos hijos menores de 8 años.

Gráfico 4. Disponibilidad de pago

Disponibilidad de pago para acabados finales ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los acabados finales en su apartamento?

Gráfico 5. Conocimiento de proveedores para acabados finales

De la muestra el 30% ya reconoce algunos proveedores que le pueden ayudar a complementar sus acabados finales, se dirigen hacia el barrio “La Alqueria”.

Como funcionara

Se abordarán los usuarios finales

Brindándoles de manera física un volante de presentación en el que estará incluido un código QR, que los direccionará a nuestra página web y redes sociales.

De igual manera se solicitará un correo de contacto para enviar por medio de mailings la presentación y catálogo de la empresa.

Resultado y discusión

El sector de Madelena genera interés entre los compradores ya que ha durante los últimos años a crecido en varios aspectos a nivel de infraestructura, ubicación, entorno, transporte, accesibilidad, y en el que se convierte en un nicho importante para el campo de acción de la Empresa Deconfort diseño.

Es importante destacar la participación en la compra de vivienda nueva de nuevas audiencias de edades más tempranas que van sumando a su proyecto de vida la compra de vivienda nueva otro factor gracias a la promoción de los entes gubernamentales en fomentar la actividad.

Dentro de los usuarios jóvenes y con otras audiencias con mas experiencia se puede establecer una estrategia de venta online, sin tener un punto físico del producto, puede funcionar como modelo de negocio, y en el a menudo se resalta la experiencia de usuario como el ítem más relevante para generar cambios en la empresa y mejorar.

La importancia de las redes sociales en los emprendimientos es de total relevancia para generar una comunicación optima entre el usuario y el proveedor de servicios.

Con el plan de marketing planteado vamos a lograr que el público objetivo se vea atraído por el producto y se vea reflejada la posibilidad de crecer en otros sectores a nivel Bogotá para que conozcan la empresa Deconfort Diseño.

Bibliografía

.Hábitat y arquitectura en Colombia : modos de habitar desde el prehispánico hasta el siglo XIX. Autor. Alberto Saldarriaga Roa. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Artes y Diseño. 2016. Bogotá.

.Qué es un modelo de negocio, características, tipos de negocio, como ser emprendedor.
<https://ibercenter.com/modelo-de-negocio-2021/> <https://www.certus.edu.pe/blog/tipos-modelos-negocios/>

.Como crear material interactivo para crear empresa.

https://materiales.rockcontent.com/guia-del-contenido-interactivo?utm_medium=rock-convert&blogconversionurl=https://rockcontent.com/es/blog/propuesta-de-valor/&blogconversionpath=RockConvert&blogconversiondate=11/13/2021

. <https://www.larepublica.co/empresas/ofrecemos-al-comprador-elegir-como-quiere-su-vivienda-usada-antes-de-comprarla-3232484>

. Desarrollo del Design Thinking componentes.

<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=6&fase=define>

. <https://www.constructoracapital.com/proyecto/2/bogota-y-alrededores/madelena/150/reserva-de-madelena>

<https://www.constructoracolpatria.com/proyectos/mapa/1/colombia/1442510052/bogota/1442510383>

<https://buenvivir.co/proyectos-en-venta/>

