

Documento de Sistematización de Experiencias:

La implementación de nuevas tecnologías en Estrenar Vivienda

Camilo Andrés Ricardo Bernal

César Augusto Barón Romero, tutor temático

Facultad de Diseño Gráfico

Universidad Santo Tomás

2017

Dedicatoria

A mis padres, mis queridos padres.

Agradecimientos

A unos pocos, pero especialmente a mi compañera de vida.

Contenido

Resumen.....	7
Palabras clave:.....	7
Introducción	8
Justificación	9
Pregunta articuladora	10
Objetivos	11
Objetivo general:.....	11
Objetivos específicos:.....	11
Estado de la cuestión	11
1.1 Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación).....	11
1.2 Estrategia de comunicación enfocada en las nuevas tecnologías	13
1.3 Las TIC en el sector empresarial.....	14
1.4 Las nuevas tecnologías y el sector inmobiliario	17
1.5 Estrenar Vivienda	19
Reconstrucción de la pasantía	20
DOFA	26
Debilidades.....	27
Oportunidades	28
Fortalezas	28
Amenazas	29
Conclusiones	30
Bibliografía	32
Anexos.....	33

Lista de tablas

Tabla 2. Resultados de encuesta.....32

Tabla 3. Resultados de encuesta.....33

Lista de figuras

Figura 1. Análisis estrategia y tecnología.....	15
---	----

Resumen

El proyecto a continuación presenta la sistematización de experiencia que es parte del proceso de opción de grado para la obtención del título de diseñador gráfico de la Universidad Santo Tomás de Bogotá, las prácticas empresariales tienen lugar en el portal web de la revista ESTRENAR VIVIENDA durante el periodo de 6 meses comprendido entre el mes de julio de 2017 a enero de 2018.

Teniendo en cuenta que el portal digital lleva apenas 5 años en el sector y con el fin de expandir el mercado y abrir nuevas posibilidades, se propone crear un método que facilite la obtención de nuevos clientes fundamentado en el diseño y el aprovechamiento de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) siendo este un recurso esencial para la llegada de nuevos usuarios a la compañía, lo dicho anteriormente refleja un proceso de aprendizaje durante la pasantía en el que, desde un proceso de observación se percibe el uso limitado de los medios; posteriormente se hace un análisis teórico y justificativo en donde se muestran los aspectos positivos-objetivos que cumple el uso de las TIC's enfocado en las nuevas tecnologías para el desarrollo empresarial.

Palabras clave: Estrategia de comunicación, medios digitales, usuario, comunicación.

Introducción

El proyecto a continuación presenta la sistematización de experiencia que tiene lugar en el portal digital de la revista Estrenar Vivienda.

Teniendo en cuenta el resultado de un largo periodo de aprendizaje y habilidades que se gestaron en el proceso de la carrera como diseñador gráfico de la Universidad Santo Tomás, se pudo evaluar de manera tangible los procesos y desarrollos que se llevan a cabo dentro de la compañía, y como desde el área del diseño gráfico se puede aportar al fortalecimiento de la empresa.

El portal de la revista tiene un recorrido de 6 años en el sector inmobiliario; el desempeño como practicante de diseñador gráfico se enfoca en el desarrollo de campañas digitales para diferentes constructoras a nivel nacional con el fin de promover proyectos de vivienda nueva.

Además de lo dicho anteriormente, se hace una recopilación y una descripción narrativa acerca de las actividades que fueron desarrolladas como practicante de diseño gráfico, esto con el fin de entender y demostrar el objetivo de la empresa y como el diseño juega un papel importante en el desarrollo de piezas que cumplan un fin comunicacional en un área de mercado determinada.

Durante el periodo de la experiencia en un entorno laboral se evidenciaron los distintos métodos en medios digitales por los cuales el portal promueve estos proyectos nombrados anteriormente, estos medios son implementados en redes sociales, página web y publicidad online. Estrenar Vivienda busca incrementar el acceso de usuarios a la información y es posible afirmar que estos medios no abarcan la totalidad de este objetivo;

por ello se busca implementar una estrategia de comunicación que dé respuesta a las exigencias del mercado actual; además de ello se ha analizado que otras compañías del sector han optado por implementar nuevos medios de tecnología con tal de lograr este mismo objetivo ofreciendo a sus consumidores una manera más directa y eficaz sobre las ventajas y los servicios que los usuarios pueden obtener mediante el uso de estos, por ejemplo, una de las estrategias de comunicación que actualmente ha avanzado en el campo de las nuevas tecnologías y que ha tenido un resultado bastante eficaz son las aplicaciones móviles, las cuales existen con innumerables usos e intereses, pero nos enfocamos especialmente en aquellas que están destinadas a ofrecer un producto o servicio, por citar un caso, la app ‘Biinmo’ que en menos de 4 meses logro conseguir alrededor de 50.000 usuarios a nivel nacional, como lo indica el gerente general de Certicámara, Erick Rincón (2015) *“Biinmo es la herramienta que revolucionará el sector inmobiliario en el país en el próximo año, pues por un lado hace más eficiente y próspero el negocio de las agencias como más fácil el acceso a los bienes a los consumidores”* esto hace énfasis en la importancia de recurrir a nuevas tecnologías para el progreso y enriquecimiento de la compañía. Actualmente Estrenar Vivienda cuenta con un único medio digital, que es la página web con 300.000 visitas mensuales y un registro aproximado de 13.000 usuarios por mes, sin embargo, la implementación de una estrategia de comunicación enfocada en las nuevas tecnologías podría tener mejores expectativas frente al objetivo.

Justificación

Partiendo de la visión del diseñador gráfico tomasino en formar profesionales que se desempeñen en el desarrollo de la comunicación visual, se busca dar respuesta a problemas

de comunicación que permitan crear estrategias novedosas en diferentes medios (impresos, digitales y audiovisuales), su formación le permite proponer ideas y planes de acción aterrizadas en un entorno empresarial.

Desde el punto de vista como diseñador gráfico y conociendo el sector inmobiliario que es el campo en el cual se sitúa Estrenar Vivienda es posible afirmar que han logrado la proximidad de usuarios a la información, sin embargo, al no contar con la totalidad de los medios para tal fin, se está perdiendo gran parte del mercado por no implementar en su totalidad las TIC de mayor o frecuente uso.

Por lo dicho anteriormente se pretende dar solución a un reto que se base en implementar una estrategia de comunicación establecida a partir de los resultados obtenidos por el análisis previo con el fin de apoyar la interacción de usuarios con relación a la empresa y de esta manera ampliar el mercado de la compañía. Cabe especificar la importancia de las TIC en el siguiente proyecto, puesto que las estrategias de comunicación van avanzando en relación a los requerimientos del mercado actual, por ello hacer uso de estas es una oportunidad para ofrecer distintas alternativas al mercado cambiante.

Pregunta articuladora

¿Cómo el aprovechamiento de una estrategia de comunicación, enfocada en las nuevas tecnologías puede incrementar el acceso de usuarios a la oferta de servicios de Estrenar Vivienda?

Objetivos

Objetivo general:

Contribuir a la expansión de mercado por medio de la implementación de una estrategia de comunicación enfocada en las nuevas tecnologías en el portal digital de la revista Estrenar Vivienda con el fin de obtener mayor posicionamiento en el sector.

Objetivos específicos:

Analizar la importancia de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) como un medio de apoyo a una estrategia de comunicación dentro de un proceso de oferta de servicios.

Identificar el impacto de las nuevas tecnologías en el sector inmobiliario a nivel de comunicación.

Establecer los factores que influyen en la creación de una estrategia de comunicación en pro de favorecer su posicionamiento.

Definir y establecer el desarrollo del diseñador gráfico tomasino dentro de la sistematización de experiencia.

Estado de la cuestión

1.1 Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación)

Para la apertura del estado de la cuestión es de suma importancia definir qué son las TIC y como la implementación de estas pueden desarrollarse dentro de una estrategia de

comunicación enfocada en nuevas tecnologías para contribuir al posicionamiento de una compañía.

Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), se definen como un grupo de tecnologías que facilitan el acceso y el manejo de la información representadas en distintos medios digitales, estas funcionan en relación a tres pilares que son clave para la eficacia al emplear la información, las cuales son: la informática, que se emplea en la formación de las maneras en que se proyecta la información, es decir, páginas web, aplicaciones móviles, etc.; la microelectrónica, se refiere a los medios que se utilizan para interactuar e intercambiar esta información, por ejemplo, dispositivos móviles, computadoras, televisores y demás, y por último, las telecomunicaciones, refiriéndose estas a la propia necesidad de transmitir y recibir información. Por lo anterior es posible determinar que estas pueden ser utilizadas como una herramienta potencial con el fin de incrementar la oferta de servicios y a su vez brindar un mayor reconocimiento de la compañía frente a la competencia.

Por otra parte, estas TIC poseen ciertas características que nos ayudan a entender mejor su campo de actuar y su propósito, desde un punto de vista tecnológico estas características se direccionan hacia un mismo objetivo, intercambiar, utilizar y manejar la información de una manera más eficaz y con mayor amplitud de usuarios; desde la parte técnica, podemos hablar del formalismo y de cómo esta debe ser diseñada para que la información pueda ser transmitida, desde el punto de vista de la función hablamos de la interactividad y el dinamismo para que de esta manera cumpla las óptimas condiciones de funcionalidad para transmitir información.

De acuerdo a lo anterior podemos afirmar que las TIC's funcionan como una estrategia que ha revolucionado el mercado, como nos lo indica Puentes, Jorge (2013) en su libro *Las pymes colombianas y las tic* “Los logros tecnológicos de las últimas décadas son la razón principal de la asombrosa nueva oleada de riqueza y bienestar en los países más ricos del mundo. El comercio electrónico y las aplicaciones de tecnologías de información y comunicación (TIC) se han convertido en poderosos motores de crecimiento económico e incremento de la productividad y están transformando la estructura del mundo en que vivimos”.

1.2 Estrategia de comunicación enfocada en las nuevas tecnologías

Las compañías suelen cuidar su imagen y lo que quieren proyectar a sus clientes por medio de la atención, valores empresariales, un buen servicio o producto, una comunicación transparente que logre crear vínculo entre la marca-usuario, y un notable reconocimiento en el mercado frente a sus diferentes competencias.

Cárdenas Ana & Godoy Diana (2008) Estrategias de comunicación basado en un diagnóstico empresarial en THE NATURAL SOURCE (tesis de pregrado) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá dice “La virtualidad que tiene la imagen corporativa como instrumento de gestión es su posibilidad de representar unitariamente todas las capacidades competitivas de la empresa.” pág 24. con esto, nos afirma que la imagen de una empresa es de vital importancia pues refleja su competitividad y las capacidades de esta misma frente al mercado globalizado, pero un punto importante es que habla de la virtualidad, como puede desempeñarse en las tecnologías y apoyarse en ellas para lograr su objetivo y es el expandir su mercado y tener más oportunidades de llegar a sus clientes, y esta es un estrategia de comunicación enfocada en las nuevas tecnologías, por otro lado acoplar estas

estrategias a las nuevas tendencias, puede lograr un gran alcance desde la ola del internet, redes sociales, foros y aplicaciones móviles, el acercamiento del mercado a sus usuarios es mucho más eficiente como nos lo indica López & Sixto “La evolución del instrumental para comunicación personal (sobre todo las aplicaciones o posibilidades del teléfono móvil) ha producido un cambio en el relato informativo mediado: el discurso se construye colectivamente, se recupera el testigo directo con valor documental, se amplía la polifonía institucional” pág 16. Esto ha logrado una interacción entre los usuarios con las diferentes marcas en el mercado, y cómo las empresas pueden crear estrategias claras y convertirlas en métodos de aprovechamiento.

1.3 Las TIC en el sector empresarial

Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) han desarrollado una relación productiva en varios campos, como lo son lo económico y social; se originó en la revolución tecnológica digital e industrial, generando así procesos de innovación y producción en mercados globales, que han conseguido éxito en su implementación como estrategia.

Actualmente se puede afirmar que las TIC son un método de vital importancia en las organizaciones, puesto que son un lineamiento estratégico bastante eficiente si se logra implementar de la manera correcta, por ello, como nos indica el Docente Facultad de Estudios de la Empresa Universidad Privada del Norte, Marcos Cribilleros (2007), “Antes de cualquier desarrollo o implementación y a fin de obtener el mejor provecho sería conveniente tener definido el tema de procesos, lo que facilita cualquier desarrollo o implementación de las TICs y hace más eficiente a la organización”, por tal razón, la

implementación de las TIC deben estar de la mano de una gestión de procesos empresariales y evaluar el costo-beneficio, pues, han demostrado ser funcionales siempre y cuando exista una estrategia que la respalde.

El *Caja de Herramientas para Pymes*, en el apartado *Las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) al alcance de las pymes* los autores nos afirman que Rodríguez Mauricio (2006) “Las pymes tienen la oportunidad de adquirir estas tecnologías directamente o contratando la prestación del servicio con proveedores especializados pero antes deben conocer sus atributos, para que sirven y como pueden ayudar a mejorar su productividad y competitividad” esto como punto clave en la decisión de implementarlas, primero tiene que existir un por qué y para qué.

El papel de las TIC, en un ámbito empresarial, se han convertido en un pilar de suma importancia, pues juega un papel dentro del sistema evolutivo de una organización, que está sujeto a fuertes cambios en un mercado globalizado y como no lo indica Rodríguez Mauricio (2006) “Existen tendencias tecnológicas en las cuales las empresas se pueden apoyar para la optimización de procesos y aumentar la productividad de sus operaciones y así promover o mantener las ventajas competitivas del mercado” pues como así mismo el mercado avanza, las tendencias tecnológicas se acoplan a su evolución, por tal razón el buen uso e implementación pueden alcanzar beneficios y a su vez una reestructuración favorable en varios de sus procesos, pues potencializa las funciones dentro de las distintas áreas de la compañía. Puentes, Jorge (2013) nos cuenta “El uso y la apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por parte de las personas y los hogares inciden en las preferencias, la productividad y la dinámica interna de la unidad familiar conformada por personas que acceden y se apropian de estas tecnologías”; cabe

recaltar que las TIC están produciendo varias utilidades en este mismo entorno, como lo es el empleamiento en internet, por ejemplo las aplicaciones multimedia que han logrado una tendencia considerable, por tal razón las empresas deben mantener coyuntura con ellas, pero además incorporarlas de manera adecuada para que les permita llegar a lo que realmente tienen como objetivo, es importante enfatizar que el mercado de hoy en día es competitivo y suele moverse progresivamente acoplándose a nuevas tendencias de mercadeo y estrategias digitales.

Dicen dos estudiantes universitarias que trabajaron en un artículo, para la revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación, Ana Isabel y Pilar Martínez (2005) “la elevada difusión y desarrollo que estas tecnologías están adquiriendo, lleva a que los mercados reales sean cada vez más transparentes (al desaparecer progresivamente las desigualdades en el acceso a la información), produciéndose de este modo una revolución en la manera de hacer negocios” por esta razón es importante incorporarse a este modelo de negocio, ya que al generar confianza hacia los clientes se logra mantener a la marca en un buen concepto.

Para concluir, es de vital importancia determinar que las TIC en los canales de mercadeo han logrado transformar estrategias antiguas que las compañías solían desempeñar y como no lo indica Rodríguez Mauricio (2005) “La velocidad con la que estas nuevas tecnologías llegan, hace que la labor de comprender cabalmente para que sirve cada una de ellas y cómo es posible aplicarlas en las empresas sea una labor ardua y dispendiosa”, por esto la implementación de ellas han creado un notable impacto como estrategias de comunicación, aportando de esta manera un valor agregado y una adaptación efectiva en el mercado cambiante y globalizado esto lo podemos evidenciar en la figura 1

que nos plantea como el conjunto de todos estos factores, pueden resultar en una estrategia de comunicación enfocada en las nuevas tecnologías efectiva.

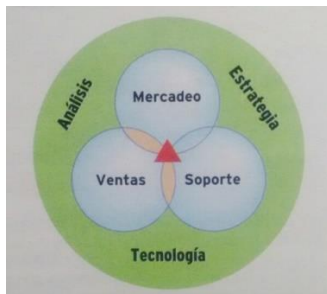


Figura 1. Análisis estrategia y tecnología

Fuente: Las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) al alcance de las pymes.

1.4 Las nuevas tecnologías y el sector inmobiliario

Cuando hablamos de nuevas tecnologías, hacemos referencia a todos estos procesos tecnológicos que se han desarrollado en los últimos años en relación a métodos de comunicación y de nuevo hacemos referencia a las TIC, ya que estas permiten que las nuevas tecnologías sean funcionales y puedan ser incorporadas en el mercado corporativo y en las industrias que dependen de un progreso tecnológico constante.

La inclusión de nuevas tecnologías en sectores empresariales supone una serie de retos que puede tener repercusiones si no se le da un buen manejo, pero también se puede ver como una oportunidad de crecimiento.

Como nos indica el profesor del IESE Business School, Javier Zamora (2013) “la adopción de estas nuevas tecnologías no debe verse únicamente como una amenaza en la destrucción de la cadena de valor tradicional sino como una potente herramienta de la competitividad de las empresas”, la idea en las empresas por optar nuevos métodos de comunicación resulta difícil, pues algunas están tan acomodadas en métodos tradicionales

que prefieren cerrar las puertas a nuevas y mejores oportunidades de progreso, y pensando en que estamos en la era digital, donde la tecnología nos ofrece varios beneficios en distintos aspectos, negarse a ser parte de esta tendencia conlleva a un retroceso frente a las expectativas de la empresa y su nivel de competitividad.

La implementación de nuevas tecnologías dentro de una compañía supone grandes beneficios en diferentes estrategias de comunicación, como lo son: Redes sociales, la cual comprende el cuidado de la reputación de la marca en tiempo real, esto ayuda a la supervivencia y el sostenimiento en internet, por otro lado hablamos del marketing, que permite crear una relación directa entre el cliente y la empresa con tal de intercambiar información, sugerencias y conocimientos, por último, se habla de la implementación de dispositivos móviles como medio de comunicación, esto se debe a que el uso de Smartphones es constante y un medio por el cual se mantiene consecuente la comunicación. Ya centrándonos en un sector particular, abrimos paso al sector inmobiliario que nos referimos netamente a la oferta y venta de inmuebles o todo aquello terreno que se preste para construir uno. Actualmente en Colombia esta oferta está siendo cada vez más fructuosa, debido a que los proyectos de construcción, especialmente edificaciones, elevan la actividad de inversiones extranjeras en estos proyectos. Sin embargo, los proyectos de vivienda nueva también están tomando revuelo en la capital, la inversión en la venta de finca raíz ha evolucionado de tal manera que es muy común encontrar proyectos en gran parte de la ciudad. Según expertos que actúan en este campo consideran que las inversiones con mayores resultados óptimos son los que están situados en zonas de renovación urbana de estrato 3 y 4, también aseguran que invertir en zonas aledañas a la capital resulta ser un negocio altamente factible, debido a que las generaciones actuales buscan ofertas de

vivienda en lugares que puedan tener mayor interactividad con la naturaleza y lejos de situaciones que relacionen el estrés y los grandes problemas de la metrópoli.

El sector inmobiliario está cada vez en constante crecimiento y las perspectivas para los años siguientes son más positivas; para este año las expectativas aumentaron a las que se tenían en el año 2016 y se establece que entre Enero y Septiembre del año anterior el mercado del sector inmobiliario aumentó en un 3,2%.

Teniendo conocimiento de qué es el sector inmobiliario, a qué se dedica y cuál es su objetivo dentro del mercado, ¿Existen estrategias de comunicación que se hayan implementado teniendo en cuenta las nuevas tecnologías? El 21 de Noviembre del 2014 se dio a conocer una aplicación móvil llamada Biinmo, primera aplicación móvil desarrollada para buscar y publicar propiedades en todo el territorio nacional, este proyecto fue impulsado por Certicámara S.A y también con apoyo del ministerio TIC del gobierno que en menos de 4 meses logró conseguir alrededor de 50.000 usuarios a nivel nacional. Este caso de éxito es un claro ejemplo de que la implementación de nuevas tecnologías como estrategia de comunicación puede lograr abarcar gran parte del mercado.

1.5 Estrenar Vivienda

Estrenar Vivienda es el grupo de la compañía DONDE ADQUIRIR VIVIENDA S.A.S que se encarga de promover los proyectos de vivienda nueva de las diferentes constructoras del país por medio de dos productos, uno de ellos es la revista, que se distribuye en las salas de venta a lo largo del país, el otro producto es el portal digital el cual funciona como un puente entre los intereses de los usuarios que buscan vivienda nueva y los proyectos que las constructoras tiene para ofrecerles; con 6 años en el mercado han

logrado llegar a las constructoras más grandes y reconocidas del país, siendo Estrenar Vivienda la encargada de enaltecer la imagen de las constructoras.

Reconstrucción de la pasantía

Para dar apertura a la reconstrucción de la pasantía, es indispensable dar a conocer el porqué de la elección de la práctica empresarial como opción de grado; lo que se construye a lo largo de la carrera de diseño gráfico y especialmente del programa ofrecido por la Universidad Santo Tomás es aplicar el conocimiento frente a un ámbito social y de esta manera mitigar los grandes problemas que afectan el bienestar dentro de una sociedad. Claramente es importante aplicar la actividad del diseño gráfico en las distintas ramas en que puede ejercer, no solo por propiciarle valor al aprendizaje, sino también para lograr un buen nivel de experiencia y aprender de los retos del mundo real.

La práctica empresarial tiene lugar en el portal web de la revista ESTRENAR VIVIENDA que a su vez es producto de la empresa DONDE ADQUIRIR VIVIENDA S.A.S, dicha revista se encarga de promocionar proyectos de vivienda nueva de las distintas constructoras a nivel nacional, el cargo dentro del portal es el desarrollo de todas las piezas de publicidad para los distintos medios digitales, además de ello la marca de la revista cambió su imagen, por lo tanto se ha desarrollado un acompañamiento al fortalecimiento de la nueva línea gráfica. A continuación se presenta una visualización de los productos desarrollados durante el proceso de la pasantía.

ESTRENAR vivienda.com | Portal Especializado en Vivienda Nueva

NOVATERRA ZAPÁN

Regístrate aquí
para escoger la mejor vista

Nombre y Apellidos
Teléfono
Email
| | Declino haber leído el Aviso de Privacidad y estar de acuerdo con el mismo

ENVIAR

CAPITAL

LA OPORTUNIDAD DE TENER APARTAMENTO CON UNA VISTA EXCLUSIVA HACIA EL PULMÓN VERDE Y EL PARQUE RECREATIVO

APTOS IRREPETIBLES DESDE

\$147'100.000 EN OBRA GRIS
\$167'100.000 CON ACABADOS

ÁREA TOTAL Desde 56.04 / Hasta 60.51
ÁREA PRIVADA Desde 51.08 / Hasta 54.56

Cuentas mensuales desde \$1'160.000* para tener tu apartamento con pertenencia a 20 años de vigencia. *Incluye el pago de la cuota de mantenimiento y el seguro de incendio.

APTOS EN MOSQUERA DESDE

\$147'100.000 EN OBRA GRIS
\$167'100.000 CON ACABADOS

INGRESA AQUÍ

NOVATERRA ZAPÁN

APARTAMENTOS EN MOSQUERA DESDE

\$147'100.000 EN OBRA GRIS | **\$167'100.000** CON ACABADOS

INGRESA AQUÍ

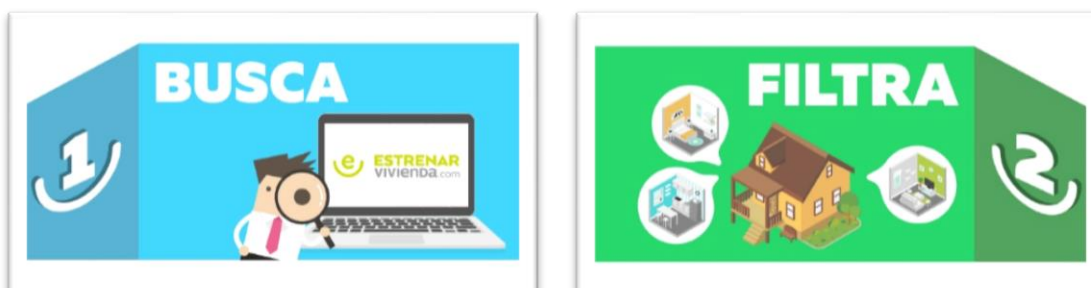
CAMPAÑA – CONSTRUCTORA

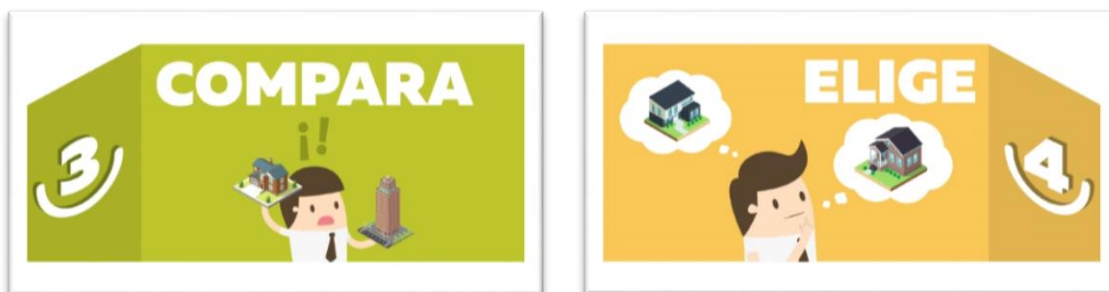
Las campañas digitales realizadas para las constructoras consiste en diseñar de 10 a 13 piezas bajo un lineamiento gráfico establecido por la constructora. Estas piezas son diseñadas para pantallas de escritorio y sistemas móviles con el fin de generar registros de usuarios para darles a conocer información del proyecto. Para estas campañas es de suma importancia tener en cuenta los tamaños de los elementos presentes, pues en las distintas piezas varían su tamaño y eso puede afectar el orden correcto de lectura.



CAMPAÑA 360° - MARCA

Las campañas 360° consisten en diseñar un total de 7 piezas con una gráfica idéntica para distintos tipos de pantallas que den a conocer proyectos de vivienda nueva en un sector específico. Para el diseño de este tipo de piezas se utiliza por lo general el verde en sus tres variaciones de Estrenar Vivienda.





INFOGRAFIA – MARCA

El diseño de infografías también funcionó de manera positiva, la idea de implementar este tipo de piezas nació por iniciativa propia y funciona como un medio eficaz para informar a los usuarios que están interesados en obtener vivienda nueva, además de ofrecer distintas opciones de presentar la información.



MAILING INVITACIÓN

El diseño de mailings dentro de la compañía es un trabajo frecuente, además de ser parte de las piezas de campañas digitales, estas generalmente se envían a las constructoras para informarles de asuntos relacionados con ellos o de interés.



POST FACEBOOK

Se han diseñado distintos post para redes sociales en especial para facebook, periódicamente se publican datos, tips y consejos sobre temas relacionados a vivienda nueva, es de sumo requisito que el nivel creativo y de diseño en estos post logren alcanzar un nivel máximo. El proceso de creación de publicaciones para redes sociales funciona como un medio para impulsar la creatividad y mejorar el lineamiento gráfico personal.



STAND DE MARCA

Los stands fueron diseñados para los congresos en Cartagena y Santa Marta en que la empresa ha venido haciendo presencia, estos ejemplos de stand de marca contienen retoque fotográfico, mockup y uso de las portadas de las últimas ediciones de la revista. Para el diseño de estos stands fue necesario avanzar el conocimiento en cuanto a las plataformas de diseño (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator).



REDISEÑO DE PAPELERIA

El rediseño de la papelería interna de la compañía fue parte de la labor como pasante dentro de estos están: membrete (carta/oficio), sobre (carta/oficio), orden de publicación y comunicados.



REDISEÑO DE ETIQUETA PARA BOTELLA

El rediseño de la etiqueta para la botella se implementó para los congresos en Cartagena y Santa Marta donde la compañía estuvo presente, las botellas funcionaban como material de merchandising.

DOFA

El desarrollo del análisis DOFA durante el periodo de prácticas está definido mediante 5 factores que encaminan el proceso de crecimiento como diseñador gráfico, estos son: pertinencia del perfil del diseñador gráfico tomasino en la pasantía, desempeño técnico

del estudiante, evolución de la línea gráfica, crecimiento socioemocional, pertinencia de las actividades para el desarrollo profesional del estudiante.

Debilidades

Pertinencia del perfil del diseñador gráfico tomasino en la pasantía: Tomando como referencia el perfil del diseñador gráfico tomasino que dicta que este debe proyectar su desempeño en el ámbito social por las preocupaciones del bienestar común, no se ve reflejado durante el periodo de prácticas, puesto que la compañía se dedica a proyectos del sector inmobiliario.

Desempeño técnico del estudiante: Un percance en cuanto al factor técnico es el bajo conocimiento acerca de la manipulación de contenido basado en el código HTML, a pesar de que no es el fuerte de la empresa, es fundamental para el desarrollo del servicio.

Evolución de la línea gráfica: Debido a que las constructoras tienen definida ya una línea gráfica, resulta limitante la creación de piezas con la línea gráfica personal.

Crecimiento socioemocional: Debido al horario de trabajo y a las responsabilidades académicas, resulta complicado mantener un ritmo de trabajo constante en las dos áreas.

Pertinencia de las actividades para el desarrollo profesional del estudiante: Existe un limitante en cuanto al uso de formatos, debido a que ESTRENAR VIVIENDA solo se enfoca en el medio digital, resulta difícil conocer el trabajo en medios impresos.

Oportunidades

Pertinencia del perfil del diseñador gráfico tomasino en la pasantía: La exploración de estrategias gráficas que respondan a necesidades de comunicación dentro del sector inmobiliario.

Desempeño técnico del estudiante: La oportunidad de diseñar y proponer nuevas formas de comunicación gráfica que rigen un lenguaje corporativo.

Evolución de la línea gráfica: Familiarizarse con los distintos formatos digitales para entender los elementos que la componen y lograr una comunicación efectiva.

Crecimiento socioemocional: La capacidad de comprender y poner a prueba mis conocimientos en un entorno real.

Pertinencia de las actividades para el desarrollo profesional del estudiante: Como primer factor de acercamiento laboral, enriquece la experiencia y trayectoria profesional.

Fortalezas

Pertinencia del perfil del diseñador gráfico tomasino en la pasantía: Tener un previo conocimiento y capacidad para responder a problemas de comunicación que los clientes de ESTRENAR VIVIENDA buscan solucionar.

Desempeño técnico del estudiante: Gracias a la formación académica y al progreso consecutivo dentro de la compañía se han adquirido habilidades profesionales y personales.

Evolución de la línea gráfica: Debido a la fácil adaptación de los conceptos gráficos y el diseño dentro del sector inmobiliario, la línea gráfica personal se enriquece visual y conceptualmente.

Crecimiento socioemocional: Compartir conocimientos dentro de un área multidisciplinaria complementa la capacidad para expandirse profesionalmente.

Pertinencia de las actividades para el desarrollo profesional del estudiante: Hablando desde términos de diseño, este aspecto en el sector inmobiliario resulta desconocido, sin embargo, realizar actividades que estén dentro de este campo, me convierte en un conocedor del ámbito, principalmente del diseño.

Amenazas

Pertinencia del perfil del diseñador gráfico tomasino en la pasantía: El aporte del ideal de diseñador gráfico tomasino es ajeno a los intereses de la compañía.

Desempeño técnico del estudiante: A pesar de que el énfasis que se trabajó durante el periodo académico se basaba en diseño web y maquetación digital, lo aprendido se sitúa en un nivel bajo del promedio para lo que requiere la compañía.

Evolución de la línea gráfica: Disminución en términos de creatividad en el desarrollo de la línea gráfica personal, ya que se acostumbra a manejar un mismo lenguaje consecutivamente.

Crecimiento socioemocional: El trabajo que se realiza suele ser repetitivo y esto genera cierta sensación de apatía.

Pertinencia de las actividades para el desarrollo profesional del estudiante: La limitación en cuanto a la capacidad de diseñar para distintos medios, precisamente porque el diseño del sector inmobiliario comprende unas reglas básicas y una información limitada.

Conclusiones

Como parte de la finalización de la sistematización, los resultados que se obtienen de este se relacionan directamente con el plan de desarrollo de las actividades que se proponen durante el periodo de la pasantía, tomando en cuenta que la sistematización gira en torno a demostrar de qué manera las TIC's son esenciales dentro del plan de mercadeo de una organización empresarial y de cómo el diseño de nuevas tecnologías abre las puertas hacia un nuevo y más amplio mercado, es posible definir que la idea de implementar nuevas tecnologías en ESTRENAR VIVIENDA se pueda llegar a convertir en un caso de éxito dentro del sector inmobiliario.

Para poder relacionar el objeto de investigación con la situación de la compañía, se llevaron a cabo una serie de encuestas a cada uno de los integrantes que conforman el portal web de la revista, esta encuesta tiene como finalidad conocer la opinión y saber el nivel de conocimiento que tiene cada uno de ellos acerca de las nuevas tecnologías y de las TIC's enfocadas en un ámbito empresarial.

A lo largo de lo expuesto en el estado de la cuestión, es evidente que las razones son favorables si se tiene en cuenta la implementación de nuevas tecnologías para el mejor funcionamiento dentro de una empresa; para una compañía es obvio entender que entre más alcance obtenga en una buena estrategia de comunicación, más posibilidades tendrá de

acercarse a futuros clientes, y es que es de esta manera como funciona el mundo empresarial hoy en día, es difícil que un producto o servicio llegue lejos sin haber pasado anteriormente por el terreno digital. El impacto que estas nuevas tecnologías están ejerciendo en el campo inmobiliario es bastante grande, pues como se mencionó anteriormente, en Colombia, los estudios afirman que la actividad de búsqueda de vivienda propia se va expandiendo cada vez con más frecuencia, y es un plus muy grande que las compañías como Estrenar Vivienda que ofrecen este servicio estén aprovechando estos avances para tomar campo y ventaja frente a sus competidores.

Hablando netamente de la experiencia durante la pasantía, el papel que desarrolla el diseñador gráfico en este sector y como se ve reflejada en el punto *reconstrucción de la pasantía* es la base de la compañía, los clientes llegan a ellos buscando una solución gráfica que les ayude a ellos a relacionarse con más usuarios y teniendo en cuenta que la expansión de la tecnología no nos hace ajenos a ella, resulta ser casi una obligación para la compañía diseñar métodos más flexibles que apunten al objetivo y resulte ser mayor la optimización del resultado.

Es importante resaltar que desde el inicio del ejercicio del diseño, este se ha transformado de tal manera que logre incursionar en distintos campos de estudio y diferentes ámbitos de trabajo que resulta difícil negarse a la idea de que todo parte de un diseño previo, y es precisamente como sucede en este caso con la actividad del diseño gráfico, se convierte en una solución sencilla y optima en cuanto a tiempo que transforma un problema de comunicación en una oportunidad nueva para abrir hacia la información

Bibliografía

- Puentes Gonzales, Jorge Ricardo (2013) *Las Pymes Colombianas y las TIC ¿Panacea o ilusión?*, pág.5 / 25.
- Isabel, Ana y Martínez, Pilar (2005) *La influencia de las TIC en la distribución comercial: Implicaciones estratégicas para la gestión promocional minorista* - Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación.
- Andalucía es digital (2016) *Ventajas de las TICs para las empresas* referenciado de: <http://www.blog.andaluciaesdigital.es/ventajas-de-las-tics-para-las-empresas/>
- IESE Business School - Universidad de Navarra (2013) *Las nuevas tecnologías y su impacto en la competitividad empresarial* referenciado de: <http://www.iese.edu/es/conoce-iese/prensa-noticias/noticias/2013/marzo/las-nuevas-tecnologias-y-su-impacto-en-la-competitividad-empresarial/>
- Quintero Melendez, Nidia (2010) *Mercadeo en TIC Guía de estudio Cribilleros Moncada, Marcos Jaime (dic2007, Vol. 4 Issue 12, p41-41. 1/2p)* *Las TICs en las empresas del Perú, ¿Son la Panacea?*
- Redacción de El País - Periódico El País (2014) *El futuro de la tecnología aplicada a las empresas y negocios.*
- Rafael Alberto Pérez González (2001) *Estrategias de comunicación.*
- Jorge Ricardo Puentes González autor (2013) *Las pymes colombianas y las TIC : ¿panacea o ilusión?*
- Enrique Barriga Manrique; Mauricio Rodríguez Múnica director. (2006) *Caja de herramientas para Pymes*

Angie Lorena Cardona Téllez (2015) *TIC la verdadera era de la información para las organizaciones*

Aguilera Castro (2009) *Direccionamiento estratégico apoyado en las tic vol 25*

Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) –
Sitio web gubernamental *MiPyme Vive Digital*

Miriam Peláez *Cómo diseñar una estrategia de app marketing desde cero recuperado* <https://www.40defiebre.com/como-disenar-estrategia-app-marketing/>

Noticias Caracol (2014) *Conozca la nueva 'app' para buscar y publicar inmuebles recuperado en* <https://noticias.caracoltv.com/colombia/conozca-la-nueva-app-para-buscar-y-publicar-inmuebles-0>

La Republica (2015) *Conozca las cinco aplicaciones para el mercado inmobiliario recuperado en* <https://web.certicamara.com/media/119341/conozca-las-cinco-aplicaciones-para-el-mercado-inmobiliario.pdf>

Cárdenas Ana & Godoy Diana (2008) *Estrategias de comunicación basado en un diagnóstico empresarial en THE NATURAL SOURCE* - (tesis de pregrado) Pontificia Universidad Javeriana

López & Sixto *Las redes sociales en las estrategias de comunicación: del Prestigea Fukushima* - Universidad de Santiago de Compostela

Anexos

Encuesta

La siguiente encuesta hace parte del proceso de investigación del proyecto final de grado que acompaña el proceso de prácticas empresariales. Para ello es de mucha importancia la opinión de cada uno de los integrantes de la empresa. Les agradecería bastante su ayuda y al final de responder, pueden reenviar el archivo con las respuestas.

Muchisimas gracias

- 1. ¿Sabe a qué se dedica Estrenar Vivienda y cuál es su objetivo principal en el mercado?*
- 2. ¿Conoce los medios por los cuales el portal promueve los proyectos de las diferentes constructoras?*
- 3. ¿Tiene conocimiento acerca de qué son las TIC (Tecnologías de la Comunicación y la Información)?*
- 4. ¿Conoce las nuevas tendencias tecnológicas dentro del sector inmobiliario?*
- 5. ¿Cree que la implementación de nuevos medios de tecnología (aplicaciones móviles, multimedia y demás) apoyarían el crecimiento de la empresa?*
- 6. ¿Conoce los medios tecnológicos por los cuales la competencia llega a sus clientes?*
- 7. Desde su disciplina en la empresa, ¿Cuál cree que sería un medio tecnológico eficaz para atraer más clientes?*

*Teniendo en cuenta que una **estrategia de comunicación** es una planificación de actividades que tienen como objetivo demostrar ¿Quién es? la empresa y ¿Que ofrece?, responda la siguiente pregunta:*

8. Podría brindar ideas para apoyar la implementación de una estrategia de comunicación y de esta manera ampliar la posibilidad de obtener más clientes.

9. ¿Cree que Estrenar Vivienda ha logrado acoger gran parte del mercado teniendo en cuenta los medios en los que se promociona?

NOMBRE	PREGUNTAS	SI	NO	COMPLEMENTO
EDGAR PEÑA Asistente de distribución	PREGUNTA 1	X		Es el medio publicitario que apoya a las constructoras.
	PREGUNTA 2		X	
	PREGUNTA 3		X	Presencia fija en portal / campañas 360
	PREGUNTA 4		X	
	PREGUNTA 5	X		
	PREGUNTA 6		X	
	PREGUNTA 7			Creería que de pronto, en vez de pagar a empresas independientes crearán un departamento que se encargara de todo aquí mismo, así se lograrían colocar metas y logros, y así se optimizarían recursos(Dinero, soluciones rápidas ante cada problema sin tener que pasar tanto la pelota.
	PREGUNTA 8			Video 360° de los proyectos de las constructoras, pero en nuestra página.
	PREGUNTA 9		X	
AMPARO RINCON Coordinación distribución	PREGUNTA 1	X		
	PREGUNTA 2	X		Web, E-mail, Móviles, Redes Sociales.
	PREGUNTA 3	X		
	PREGUNTA 4	X		
	PREGUNTA 5	X		
	PREGUNTA 6	X		Web, E-mail, Móviles, Redes Sociales.
	PREGUNTA 7			Implementar una herramienta que permita tener respuesta a las solicitudes de los clientes en el menor tiempo posible. Ser eficaz en el medio.
	PREGUNTA 8			Implementar los recorridos virtuales para los proyectos.
	PREGUNTA 9	X		

Tabla 2. Resultados de encuesta

NOMBRE	PREGUNTAS	SI	NO	COMPLEMENTO
ARMANDO SEPULVEDA Ejecutivo de cuenta	PREGUNTA 1	X		Llevar información a usuarios interesados en la compra de vivienda nueva.
	PREGUNTA 2	X		Presencia fija en portal / campañas 360
	PREGUNTA 3		X	
	PREGUNTA 4		X	
	PREGUNTA 5	X		
	PREGUNTA 6		X	
	PREGUNTA 7			Comunicación en redes
	PREGUNTA 8	—	—	
	PREGUNTA 9		X	
ALEXANDER SIERRA Director de mercadeo	PREGUNTA 1	X		
	PREGUNTA 2	X		
	PREGUNTA 3	X		
	PREGUNTA 4	X		
	PREGUNTA 5	X		
	PREGUNTA 6	X		
	PREGUNTA 7			Mailing / Redes / Display y Motores de Búsqueda
	PREGUNTA 8	X		
	PREGUNTA 9	X		
CLEMENCIA DEANGULO Ejecutiva de cuenta	PREGUNTA 1	X		Se dedica a la publicación en medio impreso y digital, de proyectos de vivienda nueva. Su objetivo principal es apoyar al gremio de la construcción en la venta de sus inmuebles.
	PREGUNTA 2	X		El mismo portal, redes sociales, google, correos masivos, push notification.
	PREGUNTA 3	X		
	PREGUNTA 4	X		
	PREGUNTA 5		X	
	PREGUNTA 6	X		Básicamente los mismos que utilizamos nosotros.
	PREGUNTA 7			Más que un medio tecnológico, considero que se debe ampliar y optimizar el recurso humano. Los funcionarios que conforman el equipo, deben conocer de todos los procesos, pero deben estar especializados en ellos. Uno por ejemplo, debe ser la persona que permanentemente, y casi como tarea básica esté dedicada a revisar resultados de las campañas y tener el criterio y autonomía para modificar las inversiones de acuerdo con los resultados de cada campaña.
	PREGUNTA 8			Una estrategia que definitivamente y de manera permanente una la pauta en la revista y en el portal. Cada ejecutivo debe estar enterado oportunamente, de los cambios, avances o modificaciones que se planeen o hagan en el portal.
	PREGUNTA 9	X		

Tabla 3. Resultados de encuesta