

FICHA DE IDENTIFICACIÓN DEL ANTEPROYECTO

Fecha de elaboración: 02/10/2020 [del RAI]			
Autor: Julián Camilo Suárez Pardo			
Tipo de documento: C.C 1014242501	TID:	Obra creación:	Proyecto investigación: X
Correo electrónico: 86211509@unitec.edu.co			
Teléfono: 3123849965			
Dirección de correspondencia: Gestión y desarrollo organizacional			
Programa Profesional: Especialización en Marketing Digital			
Título: ECOSISTEMA DIGITAL PARA PROYECTOS DE VIVIENDA SOSTENIBLES EN EL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ			
Nombre del grupo de investigación: Kabitek			
Tutor(es): Luisa Betancourt			
Fecha de finalización: 30/05/2021 [del proyecto de investigación] 12Meses			
Temática: Arquitectura sostenible dentro del ecosistema digital			
Tipo de investigación: Descriptiva Transaccional			
Área de conocimiento: Ciencias Naturales			
Tipo de Proyecto: Investigación Básica			
Lugar de ejecución del proyecto: Fusagasugá, Cundinamarca			
Tipo de financiación: Recursos propios			
Resumen: La siguiente investigación de enfoque mixto de tipo descriptiva busca como objetivo desarrollar y descubrir la manera más optima para Implementar un ecosistema digital cómo estrategia de marketing digital para ser desarrollada en la empresa <i>Kabitek</i> ,			

con el fin de dar a conocer la perspectiva que tienen los interesados en adquirir proyectos de vivienda en cuanto a sus intereses o no por proyectos sostenibles y en también conocer que características de un proyecto le son mas importantes a un comprador por medio de un proceso de recolección de datos cualitativos y cuantitativos mediante encuestas y entrevistas a profesionales en temas claves. Se aplicaron 100 encuestas en un plan piloto para conocer diferentes intereses de los encuestados como 2 entrevistas a profesionales, arrojándonos como resultados el interés por los usuarios en conocer mas sobre el tema de arquitectura sostenible ya que en un alto porcentaje desconocen el concepto, pero se encuentran muy interesados en poder adquirir proyectos arquitectónicos sostenibles.

Problema Estudiado

La fauna, los bosques y la biodiversidad no solo en Colombia sino de todo el planeta han sufrido pérdidas a través de los años, la tala constante y abusiva de bosques, la contaminación diaria de nosotros como ciudadanos, la caza ilegal de especies en vía de extinción, la sobre explotación de plantas y animales por parte del ser humano, han sido sucesos que se han repetido desde hace muchos años que está contribuyendo a pasos agigantados al calentamiento global y al cambio climático, y es que un artículo publicado por la BBC (<https://www.bbc.com/mundo/noticias-48176057>) el 6 de mayo de 2019 mediante los observatorios de la NASA evidencia el deterioro que han tenido los bosques de Rondonia en Brasil que limita con la amazonia desde 1984 hasta el 2018, mostrando como la tala y deforestación está acabando con los pulmones de la tierra.

Partiendo de la introducción de este problema que muchos han escuchado, otros han investigado, otros miran hacia otro lado, este trabajo quiere aportar en pro de ser parte de la solución y reducción de más daño al planeta tierra, disminuyendo el consumo del agua y reutilizando el mismo como recurso natural, enfocándonos en el diseño de techos verdes como actor principal junto a la recolección de aguas lluvias que juegan un rol importante en este proyecto en búsqueda de ser un recurso que se replique en diferentes ciudades de Colombia inicialmente partiendo de un prototipo en Fusagasugá Cundinamarca y que

ayude a mitigar no solo las estadísticas de los últimos años en cuanto a la escasez de agua como recurso natural. (Quintero,J.2020)

Es por ello que mediante un ecosistema digital conformado por diferentes elementos que hacer parte del marketing digital este proyecto busca idealizar la mejor estrategia posible para realizar un reconocimiento de marca inicialmente, dando a conocer los objetivos de marca que se tienen y sus servicios, dándole una motivación y aspecto emocional al consumidor para que genere intereses en proyectos de vivienda autosustentables que el proyecto va a ofrecer al mercado.

Pregunta ¿Cómo vender a través de un ecosistema digital proyectos de vivienda autosuficientes a hombres y mujeres entre 35-60 años, en el municipio de Fusagasugá?

Objetivos

Objetivo General.

Crear un ecosistema digital para vender proyectos de vivienda autosuficientes a hombres y mujeres entre 35-60 años, en el municipio de Fusagasugá.

Objetivo Especifico

1. Se implementará y desarrollara parrillas de contenido para social media como Instagram y Facebook donde se postearán post enfocado a la generación de expectativas, datos importantes y información con valor sobre el proyecto.

2. Se desarrollará un sitio web donde se buscará recoger leads mediante la vinculación de contenido vital y formularios de contacto que nos puedan arrojar datos de clientes potenciales.

3. Se realizará la implementación de un blog donde podremos compartir información y artículos relacionados con temas ambientales, buscando clientes potenciales y personas interesadas en conocer más acerca del proyecto.

Marco Teórico

Marketing Digital

Se puede entender por marketing digital a las numerosas medios digitales y canales para contactar con clientes dentro de un entorno digital específico como lo es el internet. Se hace uso de diferentes recursos como sitios web, anuncios digitales, contenido en social network y todo recurso digital que pueda ser de interés dentro de una estrategia.

Sitio Web

Se le conoce como sitio web al conjunto de páginas web y archivos electrónicos que están relacionados y enfocados a un mismo tema, está compuesto por una página de bienvenida conocida como home o inicio, a este sitio web se puede acceder mediante un dominio que está conectado mediante un hosting y un servidor, lo que hace que los clientes visitantes puedan interactuar con tu sitio web y tomar acciones de compra, consumir algún contenido, o dejar datos en una página de captura.

Social Network

Es un servicio de redes sociales a través de una plataforma digital que se usa para desarrollar y construir a través de personas que comparten contenido como; intereses, entretenimiento, actividades de la vida diaria, o historias de su vida real, todo este contenido es usado por las empresas para conocer y segmentar su nicho de mercado y aprovechar para captar clientes potenciales.

SEO Y SEM

Son 2 elementos básicos imprescindibles dentro de una estrategia de marketing digital y están ligados el uno al otro, es decir deben trabajar en equipo para tener un mejor posicionamiento, su diferencia a grandes rasgos está dado por que el SEO es la optimización dentro de estrategias para la visibilidad del sitio web en resultados orgánicos,

y el SEM son las técnicas usadas para mejorar el posicionamiento de un sitio web mediante campañas pagas.

Branding

Es todo lo que gira en torno a nuestra marca, o cómo lo define Paulino Sulz, (Sulz, 2019) es el trabajo de gestión de marca con el objetivo de hacerla conocida, deseada y con una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores.

Página de Captura

Este tipo de páginas tiene como único objetivo poder capturar o recopilar los datos de los visitantes que ingresen a esta página, datos específicos dentro de un formulario, chatbot, sección de suscripción.

Techos Verdes

Son azoteas o terrazas vegetales que son instaladas en superficies elevadas o techos de viviendas o edificaciones, es un concepto que ha sido usado desde hace siglos y unos de sus pioneros en usar este tipo de instalaciones fueron los países escandinavos como aislante térmico.

Arquitectura

Para la Real Academia Española la Arquitectura es el arte de proyectar y construir edificios (RAE, 2021), para algunos referentes la Arquitectura va ligada a nuestra memoria, o como la define Louis Kahn la arquitectura es la ponderadora creación de espacios. (kahn, s.f.)

Arquitectura Sustentable

Tiene como principal objetivo tener en cuenta el ciclo de vida de la usabilidad de los materiales, reducir la cantidad de materiales y energía usados, uso del reciclaje y residuos, energías renovables. Se debe pensar en arquitectura sustentable cuando el diseño logra

adecuarse a las condiciones de un espacio llámese geográfico, climático o topográfico que ira ligado a la cultura donde se desea proyectar este tipo de edificio o vivienda.

Casa Pasiva

Es un concepto que viene de Europa más específicamente de Alemania conocido como passivhaus, y es un estándar de construcción que realmente demuestre eficiencia en energía, comodidad y asequible al mismo tiempo. El passive house no es como tal una marca sino un concepto de construcción dentro de la arquitectura que puede ser ejecutado y aplicado con resultados reales en cualquier lugar sin embargo para que una construcción sea considerada dentro del concepto passive house y obtenga un certificado como tal deberá cumplir con ciertos requisitos.

Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor dentro del marketing este sujeto a una mezcla de diferentes actividades que realizan las personas desde el mismo momento que se le presenta una necesidad hasta que el mismo logra satisfacerla, pero estas mismas actividades que realizan las personas pueden estar influenciadas por variables internas y externas.

Método

La siguiente investigación se basó y enfoco a partir de un enfoque mixto, en el cual se buscó la recolección de datos cualitativos y cuantitativos con el objetivo de lograr dar respuesta a la pregunta problema con información que nos de una mejor organización y entendimiento de lo que busca el consumidor.

Mediante este método se buscará recopilar la mayor cantidad de datos que nos logren generar una mejor perspectiva completa sobre la problemática; presupuesto, intereses (cuantitativa) así como viabilidad (cualitativa).

Fase Cualitativa: Se escogió un muestreo no probabilístico por conveniencia (entrevistas a expertos), fijando los siguientes criterios: Hombres y mujeres ubicados en la ciudad de Bogotá con experiencias en las categorías de: Arquitectura Sostenible, Marketing Digital y Psicología.

Fase Cuantitativa: Se seleccionó una segunda muestra por medio de un muestreo probabilístico (encuestas) en donde todos los habitantes de la ciudad de Fusagasugá y de Bogotá tuvieran la misma probabilidad de ser seleccionados para dicha investigación.

-Enfoque mixto

-Descriptivo

-Cuantitativo y cualitativo

Resultados, hallazgos u Obra realizada:

Entrevista a expertos

Categoría Techos verdes y Psicología: Se evidencia por parte de nuestra experta que para el ser humano ha cambiado la forma de vivir y le da importancia a los espacios verdes dentro de nuestro entorno en el que vivimos y convivimos, destacando lo fundamental y emocional que puede traer consigo vivir rodeado de zonas verdes afectando para bien nuestro vivir a diario tanto social como personal mejorando así la calidad de vida de los propietarios.

Categoría Arquitectura Sostenible: Se demuestra que el experto en arquitectura a lo largo de su experiencia son pocas las personas interesadas en preguntar sobre temas sostenibles dentro de un proyecto, que se debe asegurar por la falta de conocimiento de los inversionistas, asimismo de lo relevante de la arquitectura en el mundo y como proyectos sostenibles pueden de aparte de mejorar la calidad de vida, ahorrarle a los propietarios un dinero y además aportar un granito de arena al calentamiento global.

Encuestas 100 personas

Dentro de nuestras encuestas realizadas se puede evidenciar que nuestro segmento fue hombres y mujeres entre los 28 y 69 años siendo mayor la participación del género

femenino en un 54.1% versus el genero masculino que tuvo una participación del 45.9%.

Queremos resaltar 3 de nuestras preguntas realizadas dentro de la encuesta que nos dan datos para considerar el interés de este proyecto para la solución de un problema.

En la pregunta donde el encuestado debe seleccionar los aspectos mas importantes al momento de seleccionar un proyecto de vivienda evidenciamos que para 43% de los encuestados lo más importante es la ubicación del predio seguido por el presupuesto que se debe tener con 41% y por un 37% donde es importante conocer acerca de proyectos que ayuden ahorrar en servicios públicos como el agua.

Además en la pregunta 5 se puede evidenciar la importancia de contar con zonas verdes dentro de un proyecto de vivienda con mas de un 81%.

En la pregunta ¿Si pudiera elegir un proyecto de vivienda que le ayude ahorrar hasta un 70% en el recibo del agua cada mes, que tan interesado estaría en adquirirlo? Mas del 73% se encuentra interesado y además el 100% de los interesados estaría dispuesto a pagar demás por un proyecto que cuente con este tipo de beneficios.

Conclusiones

A partir de las encuestas y entrevistas realizadas que nos arrojaron datos, podemos concluir que las costumbres y la vida de las personas no solo en nuestro territorio Nacional Colombiano sino en el mundo ha cambiado y nos ha tocado adaptarnos a un nuevo estilo de vida, estilo que nos lleva al encierro permanente y durante mayor tiempo del día en nuestras casas aplicándolo a nuestro segmento de mercado, y que estar rodeados durante horas por paredes afecta el estado emocional, por el contrario que un convivir dentro de espacios verdes para el uso social hablándolo en terrazas verdes va a significar una alteración en el estado emocional de las personas ya que los entornos verdes ayudar a liberar estrés y darnos una sensación de tranquilidad y relajación.

En un alto porcentaje los posibles compradores de diferentes proyectos de vivienda desconocen los conceptos que comprenden a la Arquitectura Sostenible y por este motivo es que en las salas de venta no se escucha preguntar o se muestra intereses por conocer si los proyectos son sostenibles además tampoco se genera una demanda por lo que la

oferta de proyectos sostenibles es muy limitada, por lo que se hace importante y necesario implementar una estrategia digital que lleve a los usuarios a conocer mas acerca de la arquitectura sostenible generando y aportando contenido de valor en diferentes canales digitales. Generando expectativa, conexión e interés.

Productos Derivado

Arquitectura Sostenible. (2020). ¿Cómo medir la rentabilidad de una vivienda sostenible? Recuperado de:<https://arquitectura-sostenible.es/medir-rentabilidad-vivienda-sostenible/>.

Arquitectura sostenible. (2020). Materiales sostenibles para el aislamiento acústico. Recuperado de: <https://arquitectura-sostenible.es/materiales-sostenibles-aislamiento-acustico/>.

Arquitectura sostenible. (2020). Araceli Reymundo: “La arquitectura bioclimática podría ponernos en un buen camino hacia la lucha contra el cambio climático y la recuperación del planeta”. Recuperado de: <https://arquitectura-sostenible.es/entrevista-araceli-reymundo/>.

Arquitectura Sostenible. (2020). 5 Claves de la arquitectura circular. Recuperado de:<https://arquitectura-sostenible.es/cinco-claves-arquitectura-circular/>.

Hernandez,J.D. (2020). Evaluación de la sustentabilidad en la vivienda de interés medio: aplicación de criterios a un caso de estudio en montería – Colombia. (Tesis de grado la corporación Universitaria del caribe). Recuperado de: <https://www.cecar.edu.co/documentos/editorial/e-book/Proyecto-y-Arquitectura.pdf#page=103>

Marketing Digital

Escamilla, O. (2020). Claves que debes conocer para hacer marketing digital para Baby Boomers. Recuperado de: <https://www.merca20.com/claves-que-debes-conocer-para-hacer-marketing-digital-para-baby-boomers/>.

Garcia, A. (2018). La importancia de tener un blog en tu página web. Recuperado: <https://losprimerosengoogle.com/la-importancia-de-tener-un-blog-en-tu-pagina-web/>.

Rudibel. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. Revista Cubana de Ciencias Informaticas. Vol 12. no 3. pp1-pp1. Recuperado: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S222718992018000300014&script=sci_arttext&lng=pt.

Rios,C. (2018). Plan de marketing Digital para la venta de viviendas. (tesis grado, Universidad mayor de Chile). Recuperado: <http://repositorio.umayor.cl/xmlui/bitstream/handle/sibum/4800/19245070-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Moschini, s. (2012). Claves del Marketing Digital. Recuperado de: http://hispamedia.net/desarrollo/socialmedia/Manual_Marketing_Gratis/01%20-%20Cursos%20y%20manuales%20de%20Claves-del-Marketing-Digital.pdf.

Sitio Web

Alonso, J. (2008). El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos. (Tesis de grado universidad de Murcia). Recuperado: <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/5/07alonso.pdf#page45>.

Social Network

Delgado, B. Castro, Y. (2018). Guía impresa de marketing digital dirigido a las pymes del centro comercial centro mayor. (tesis de grado de la universidad de Guayaquil. recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46622/1/Influencia%20del%20dise%C3%B1o%20en%20el%20marketing%20digital%20a%20trav%C3%A9s%20de%20redes%20sociales%20en%20el%20posicionamiento%20de%20Las%20Pymes%20%20a%20C3%B1o%202018..pdf>.

Techos Verdes

Lopez, D. (2020). Comparación de plantas con diferente metabolismo en el desempeño térmico de techos verdes extensivos. (tesis de grado maestría del centro de investigación científica y de educación superior de Ensenada, Baja California. Recuperado de:

https://cicese.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1007/3281/1/tesis_Diana%20Veronica%20Lopez%20Silva_02-agosto%202020.pdf.

Alvarado, F. Sierra, S. (2017). IDENTIFICACIÓN DE RECURSOS VEGETALES PARA EL DESARROLLO DE TECHOS VERDES EN FUSAGASUGÁ. (Tesis de grado universidad de Cundinamarca). Recuperado de:

<http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/2127/1.IDENTIFICACION%20DE%20RECURSOS%20VEGETALES%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20DE%20TECHOS%20VERDES%20%28Co%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Contreras, O. Villegas, P. (2019). Techos verdes para la gestión integral del agua caso de estudio chapinero- Colombia. Recuperado de:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-24222019000500282&script=sci_arttext.

Basilio, A. Gregorio, A. Hinostroza, J. Salva, J. (2019). Estudio de prefactibilidad para el establecimiento de un servicio de instalación de techos verdes y jardines verticales.

Recuperado de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9121/1/2019_Basilio-Salinas.pdf.

Galetto, L.1; Suárez, E.2,4; Suárez, M.3, Cáceres, N.3; Hick, E.1; Matoff, E.4; Broilo, A.2;Cáceres, C.2; Pellizari, L.2; Pereyra Boasso, S.2;Imhof, L. (2019).Medición de impactos en una terraza verde para la definición de estándares de eficiencia en sistemas de techos verdes intensivos y extensivos en condiciones urbanas. Caso de estudio: Ciudad de Córdoba. Recuperado de:

http://www.repositorio.umaza.edu.ar/bitstream/handle/00261/1630/ICU%20V3N4%202019_resumen%20p55.pdf?sequence=1&isAllowed=y.



**ECOSISTEMA DIGITAL PARA PROYECTOS DE VIVIENDA SOSTENIBLES EN
EL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ**

JULIAN CAMILO SUAREZ PARDO
CÓDIGO: 86211509

CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC
ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING DIGITAL
BOGOTA D.C; JUNIO 2021



**ECOSISTEMA DIGITAL PARA PROYECTOS DE VIVIENDA SOSTENIBLES EN
EL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ**

**JULIAN CAMILO SUAREZ PARDO
CÓDIGO: 86211509**

**LUISA DE LOS ANGELES BETANCOURT
DIRECTORA**

**CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC
ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING DIGITAL
BOGOTA D.C; JUNIO 2021**

Tabla de Contenido

Título	7
Resumen	7
Palabras Clave	7
Abstract	7
Keywords.....	8
Introducción.....	8
Planteamiento del Problema.....	9
Formulación del Problema	14
Subpreguntas	14
Objetivos.....	15
Objetivo General	15
Objetivo Específicos.....	15
Justificación.....	15
Hipótesis	16
Marco Teórico	16
Marketing Digital	16
Sitio Web.....	17
Social Network.....	17
Seo y Sem	17
Branding	18
Página de Captura.....	18
Arquitectura.....	18
Techos Verdes	18
Arquitectura.....	18
Arquitectura Sustentable	19
Casa Pasiva	19
Psicología	19
Comportamiento del consumidor	19
Estados de Ánimo del consumidor	19

Marco Metodológico	20
Enfoque y Diseño	20
Participantes	20
Instrumentos	20
<i>Entrevistas a expertos</i>	20
<i>Encuestas</i>	22
Procedimiento.....	22
Resultados.....	23
Conclusiones.....	31
Referencias Bibliográficas	34
Anexos.....	36

Lista de Tablas

Tabla 1	21
Tabla 2	23
Tabla 3	24

Lista de figuras o imágenes

Figuras1. Resultados pregunta 2 parte cuantitativa 26

Figuras2. Resultados pregunta 3 parte cuantitativa 27

Figuras3. Resultados pregunta 4 parte cuantitativa 27

Figuras4. Resultados pregunta 5 parte cuantitativa 28

Figuras5. Resultados pregunta 6 parte cuantitativa 29

Figuras6. Resultados pregunta 7 parte cuantitativa 30

Figuras7. Resultados pregunta 8 parte cuantitativa 30

Figuras8. Resultados pregunta 9 parte cuantitativa 31

Figuras9. Ecosistema Digital 32

Figuras10. Social Network 33

Título

Ecosistema digital para proyectos de vivienda sostenibles en el municipio de Fusagasugá.

Resumen

La siguiente investigación de enfoque mixto de tipo descriptiva busca como objetivo desarrollar y descubrir la manera más óptima para Implementar un ecosistema digital cómo estrategia de marketing digital para ser desarrollada en la empresa *Kabitek*, con el fin de dar a conocer la perspectiva que tienen los interesados en adquirir proyectos de vivienda en cuanto a sus intereses o no por proyectos sostenibles y en también conocer que características de un proyecto le son más importantes a un comprador por medio de un proceso de recolección de datos cualitativos y cuantitativos mediante encuestas y entrevistas a profesionales en temas claves. Se aplicaron 100 encuestas en un plan piloto para conocer diferentes intereses de los encuestados como 2 entrevistas a profesionales, arrojándonos como resultados el interés por los usuarios en conocer más sobre el tema de arquitectura sostenible ya que en un alto porcentaje desconocen el concepto, pero se encuentran muy interesados en poder adquirir proyectos arquitectónicos sostenibles.

Palabras Clave

Marketing Digital, Sitio Web, Social Network, Seo y Sem, Branding, Página de captura, Techos Verdes, Arquitectura, Arquitectura Sustentable, Casa Pasiva, Comportamiento del Consumidor.

Abstract

The following research of mixed approach of descriptive type seeks to develop and discover the most optimal way to implement a digital ecosystem as a digital marketing strategy to be developed in the company *Kabitek*, in order to reveal the perspective of those interested in acquiring housing projects in terms of their interests or not for sustainable projects and also to know what features of a project are most important to a buyer through a process of qualitative and quantitative data collection through surveys and interviews with

professionals on key issues. 100 surveys were applied in a pilot plan to know different interests of the respondents as well as 2 interviews to professionals, giving us as results the interest of the users in knowing more about the topic of sustainable architecture since in a high percentage they do not know the concept, but they are very interested in being able to acquire sustainable architectural projects.

Keywords

Digital Marketing, Website, Social Network, Seo and Sem, Branding, Capture Page, Green Roofs, Architecture, Sustainable Architecture, Passive House, Consumer Behavior.

Introducción

Antoni Falcón director de Matèria Verda, considerado como una de las grandes voces en materia de gestión y dirección de zonas verdes urbanas en España, nos muestra la importancia de la naturaleza dentro de los espacios urbanos en su libro “Espacios verdes para una ciudad sostenible”. El español se enfoca en la importancia de conservar los recursos naturales en especial nuestro líquido vital como el agua y el suelo generando jardinería diferenciada y fomentando la biodiversidad. El arquitecto también cuenta y destaca la importancia que tienen los espacios verdes dentro de la arquitectura en pro de una ciudad sostenible mostrando como beneficios la reducción de la temperatura, la regulación de la radiación solar y también como los espacios verdes generan un filtro acústico, por ello resalta la importancia de generar un incremento de zonas verdes dentro de la arquitectura y el entorno urbano.

En Fusagasugá un municipio que aún se encuentra en desarrollo y crecimiento, y lo evidencia en las diferentes obras que se vienen desarrollando y entregando, cómo los 3 centros comerciales entregados para el año 2020. La ciudad Jardín como se le conoce a Fusagasugá esta siendo foco de inversionistas, pensionados y aunque esta situación no es de ahora sino una creciente que ha venido aproximadamente desde hace 10 años, pero cabe destacar que se sigue construyendo y desarrollando proyectos de vivienda en el territorio de fusa además de los proyectos que se ejecutan a sus alrededores. Lastimosamente menos del

10% de estos proyectos cuentan con beneficios sostenibles para los compradores. Además en un porcentaje muy bajo sólo 3 empresas desarrollando comunicaciones en medios digitales, pero sin tener una gran comunidad presente.

Es por eso que dada esta información veo en Kabitek una gran oportunidad de mercado para explorar Proyectos de vivienda sostenibles junto a la arquitecta Karen Vargas, desarrollando e implementando un ecosistema digital mediante estrategias de marketing serán el éxito del proyecto.

Planteamiento del Problema

La fauna, los bosques y la biodiversidad no solo en Colombia sino de todo el planeta han sufrido pérdidas a través de los años, la tala constante y abusiva de bosques, la contaminación diaria de nosotros como ciudadanos, la caza ilegal de especies en vía de extinción, la sobre explotación de plantas y animales por parte del ser humano, ha sido una incesante a través de de los años que está contribuyendo a pasos agigantados al calentamiento global y al cambio climático, y es que un artículo publicado por la BBC (BBC, News. 2019). el 6 de mayo de 2019 mediante los observatorios de la NASA evidencia el deterioro que han tenido los bosques de Rondonia en Brasil que limita con la amazonia desde 1984 hasta el 2018, mostrando como la tala y deforestación está acabando con los pulmones de la tierra.

Las mayores amenazas que está teniendo nuestro planeta son; la pérdida de hábitat, cambio climático y contaminación, según un estudio reciente, “si bien el cambio climático es una amenaza creciente, los principales impulsores del declive de la biodiversidad continúan siendo la pérdida de hábitat natural para obtener alimentos, combustible y madera, y la sobreexplotación de plantas y animales por parte de los humanos a través de la tala, la caza y la pesca” (BBC, 2019). Además un informe de Planeta Vivo en el año 2018 para el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) nos demuestra que aves y reptiles han sido degradados en casi un 50% de sus hábitats naturales, un 40% los mamíferos un poco más del

25% los peces, además que cada una de estas especies está sufriendo entre el 40% y 60% de explotación, a esto también debemos sumarle otras problemáticas con las que conviven como el cambio climático y la contaminación. (Planeta 2030. (2020)

¿Por qué es importante hablar primero de estas especies o de los bosques, o de nuestra fauna? Porque son parte de nuestro ecosistema y el ser humano solo es un eslabón más en la larga cadena de biodiversidad que conforman nuestro planeta, y así como lo afirma Planeta2030 en su artículo del 22 de mayo del 2020 “animales y plantas pueden vivir sin el hombre, el hombre no puede vivir sin ellos”. Cada planta, animal, o microorganismo que habita nos ayuda como seres humanos a poder vivir y existir en esta tierra, es por ello de la importancia de tener como prioridad el cuidado de nuestro planeta, energías renovables, alimentos autosustentables, hábitats más ecológicos, el aprovechamiento de los recursos y conservarlos ayudando a mitigar el calentamiento global y su cambio climático. (Planeta 20302020).

Desde el 2001 aproximadamente el cambio climático ha sido una precedencia en la agenda internacional, aunque desafortunadamente para muchos líderes de opinión y de gobierno este problema se encuentra en el último punto de su agenda. Posturas como las del presidente Trump que dejan evidenciar su poca importancia que le da al cambio climático según su opinión que en un twitter del 2016 en noviembre afirmó que “el Calentamiento Global no es más sino una farsa creada por los chinos para volver la Industria manufacturera de su país poco competitiva. (Faus,J. 2017). Según Suzana Kahn ingeniería mecánica profesora de la Universidad de Río de Janeiro y ex secretaria de Estado de cambio climático entre 2008 y 2010 con Lula da Silva, considera que la postura del presidente Jair Bolsonaro es indiferente ante el cambio climático ya que él considera que el calentamiento global no es más sino un show de activistas que reclaman protagonismo, además decidió darle vía libre a la deforestación en la Amazonía y durante la cumbre por el Clima de la ONU de 2019 afirmó durante su intervención que es negativo que se le considere a la amazonia como el pulmón del planeta. (Milz,T. 2019).

Estas son algunas de las posturas que nos demuestran que para estas personas que comparten el mismo pensamiento, su único objetivo es conseguir el bien propio sin importar por encima de quien haya que pasar, incluso la naturaleza, ya que se evidencia que lo que importa es tener las cuentas llenas de millones sin importar destruir lo que esté en su camino. Como el caso del Presidente de Colombia Iván Duque, que en campaña y en un debate televisado por Caracol respondió a la inquietud de una estudiante, afirmando que protegería los páramos como el de Santurbán, pero desde mediados de Junio de 2019 la empresa MINESA S.A viene licitando una explotación subterránea de minerales auroargentíferos “SOTO NORTE” en el páramo, esto traería consecuencias para el hábitat de las especies, la contaminación para el medio ambiente además de contaminar el agua pura que nos brinda este lugar. (Dinero. 2020).

Pero no todo ha sido negativo a pesar de que nadie contaba con una pandemia creada o dada por las circunstancias de malos manejos en los mercados chinos y sus gobernantes al tardar tanto en declarar un estado de emergencia, y dejar desatar una crisis sanitaria en todo el planeta que obligó a detener las industrias, el turismo y la economía, hay menos aviones en el aire y menos autos en las calles, haciendo que el consumo de energía también cayera. Y todo esto ha traído consigo algo positivo según la NASA ha reportado que desde sus satélites ha logrado evidenciar la disminución de gases contaminantes en la atmósfera. Además, según la Agencia de Energía Internacional (EIA, por sus siglas en inglés), se estima que en 2020 el mundo usará un 6% menos de energía, lo que a su vez llevará a una caída de las emisiones de CO₂ (Serrano, C. 2020).

El planeta está en un estado de transición donde puede tomar medidas que sigan aportando al calentamiento global y así mismo a la escasez del recurso vital del agua, o tomar la postura que han tenido ciudades como París donde se habilitaron 650 km de “ciclovías corona”. Otro lugar que ha tomado acciones es Milán donde se anunció un ambicioso plan para reducir el uso de carros y priorizar a peatones y ciclistas, como respuesta a la crisis causada por el virus. Panorama diferente entre China y EE.UU., las dos superpotencias, han visto cómo la pandemia destruye su economía. Como explica Roger Harrabin, analista de

medio ambiente de la BBC ambos países están desesperados por volver a los niveles de producción anteriores al virus, así que sus líderes pueden pensar que la manera más segura de lograrlo es recurriendo a los viejos y confiables combustibles fósiles (BBC, BBC WORLD, 2020). Es por ello que la mayoría debemos tomar posturas que lleven a la sustentabilidad de nuestros recursos naturales vitales

Año tras año la organización mundial de la salud nos da su reporte de estadísticas de cómo se encuentra en la actualidad el planeta en cuanto al recurso del AGUA, “el estudio destaca que en la actualidad unos 2200 millones de personas carecen de agua potable y 4200 millones, el 55% de la población mundial, carecen de un sistema de saneamiento adecuado”. Además, un estudio (que empresa lo hizo) del 2017 revela que cerca de *“340.000 niños menores de 5 años mueren cada año por enfermedades diarreicas”* (ONU, 2020) *asociadas con el mal manejo del agua; y que “la escasez ya afecta a cuatro de cada 10 personas en el mundo”* (OMS, 2015), *cifra a la que no escapa ninguna nación.*

Pero nos hace pensar que se ha vuelto algo natural leer estas noticias con datos cada vez menos favorables para el mundo, dadas las posturas tomados por países como China, Estados Unidos, Brasil entre otros, y es que en este último año en conmemoración al Día Mundial del Agua junto a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura lanzaron un informe “donde se advierte que las alteraciones climáticas afectarán a la disponibilidad, calidad y cantidad del recurso hídrico para las necesidades humanas básicas, socavando así el derecho básico al uso del agua potable y al saneamiento para miles de millones de personas”. (ONU, 2020).

Además de toda esta problemática que para muchos es invisible también en este momento nos encontramos inmersos en una situación que nos ha enfrentado con muchos de nuestros temores, a las empresas como Hertz, Latam, Mavic, incluso equipos de fútbol como el Wigan de Inglaterra han tenido que declararse en estado de quiebra ya que los ha puesto contra las esquinas (Mktr. 2020). A los trabajadores en una posición donde desconocen y se aterrorizan como salir de sus casas para poder llevar algo de alimento a sus familias. Al final muchos

están anhelando huir del caos de nuestra ciudad Bogotá, del transporte público y privado a punto de colapsar, trancones interminables, la contaminación del aire volviéndose a reactivar, la delincuencia ha aumentado más de un 10%, aglomeraciones en los supermercados, es por ello que muchos han decidido volver a las raíces del campo buscando la ayuda de los productos de nuestros campesinos, otros solo esperan la oportunidad para poder salir de la ciudad y refugiarse en lugares más tranquilos donde puedan disfrutar de la naturaleza, el campo, la vegetación, aire puro olvidándose del caos rutinario de una ciudad capital (El tiempo, 2020).

Toda esta situación y las problemáticas nos hace tomar posturas y pensamientos de cómo mitigarlas en pro de preservar nuestros recursos naturales, es por eso que desde la arquitectura se vienen generando estrategias para desarrollar hábitats sostenibles ya que las viviendas son un entorno donde pasamos más del 80% de nuestra vida, y en épocas de pandemia el tiempo puede aumentar, según el volumen 49 del informe de construcción de septiembre/octubre de 1997 “los edificios están consumiendo entre el 20% y el 50% de los en demanda física, esto aplica dependiendo su entorno y en especial la responsabilidad en el actual deterioro del medio ambiente”.

La construcción de edificios, viviendas, locales comerciales, traen consigo impactos ambientales que implican la utilización de materiales que se extraen de recursos naturales, como el uso de grandes sumas de energía, en cuanto a la generación del desarrollo de dicha construcción como en el tiempo que esta misma perdure. También se debe tener en cuenta los costos ecológicos que traen consigo la extracción de los medios minerales, como la evacuación de los residuos.

Antoni Falcón director de *Matèria Verda*, considerado como una de las grandes voces en materia de gestión y dirección de zonas verdes urbanas en España, nos muestra la importancia de la naturaleza dentro de los espacios urbanos en su libro “Espacios verdes para una ciudad sostenible”. El español se enfoca en la importancia de cuidar nuestros recursos naturales como principalmente el líquido vital para el ser humano como lo es agua y el suelo generando jardinería diferenciada y fomentando la biodiversidad. El arquitecto también

cuenta y destaca la importancia que tienen los espacios verdes dentro de la arquitectura en pro de una ciudad sostenible mostrando como beneficios la reducción de la temperatura, la regulación de la radiación solar y también como los espacios verdes generan un filtro acústico, por ello resalta la importancia de generar un incremento de zonas verdes dentro de la arquitectura y el entorno urbano (Irene Relda. ,2013).

Formulación del Problema

Es por ello que junto a la Arquitecta Karen Vargas bogotana con raíces boyacenses, amante de la vegetación y los paisajes verdes, apasionada por los proyectos sustentables y en pro del cuidado del medio ambiente, hemos decidido emprender ya desde hace unos meses y conformar “*Kabitek Hábitats Tecnológicos*”, una empresa Colombiana amante de la arquitectura y de la ecología en búsqueda de fusionar estos dos conceptos dándole nueva vida a espacios arquitectónicos auto sustentables.

Kabitek es una empresa enfocada en el diseño, construcción de proyectos arquitectónicos implementando el concepto de arquitectura autosuficiente, aprovechando el recurso natural del agua e implementando recursos tecnológicos que nos lleven a crear proyectos autosuficientes, sustentables, amigables con el medio ambiente y poder vender estos ideales mediante un ecosistema digital ofreciendo una mejor calidad de vida a la futuras generaciones ¿Qué tan difícil o fácil es? o incluso ¿Qué problemas podríamos tener al poder ofrecer un tipo de servicio como este en una sociedad que como anteriormente lo comentaba en muchas ocasiones es indiferente a problemas de su país y el planeta? Es por ello que hemos tomado la decisión de realizar una investigación en búsqueda de soluciones que nos guíen a implementar estrategias de marketing y conocer cómo poder llegar a los clientes potenciales.

Subpreguntas

¿Cómo se están vendiendo actualmente proyectos de vivienda?

¿Qué canales digitales se usan actualmente para llegar a los clientes potenciales?

¿Que busca un comprador y por qué se interesa en un proyecto de vivienda?

Objetivos

Objetivo General

Crear un ecosistema digital para vender proyectos de vivienda autosuficientes a hombres y mujeres entre 35-60 años, en el municipio de Fusagasugá.

Objetivo Específicos:

a. se implementará y desarrollara parrillas de contenido para social media como Instagram y Facebook donde se postearán post enfocado a la generación de expectativas, datos importantes e información con valor sobre el proyecto.

b. Se desarrollará un sitio web donde se buscará recoger leads mediante la vinculación de contenido vital y formularios de contacto que nos puedan arrojar datos de clientes potenciales.

c. Se realizará la implementación de un blog donde podremos compartir información y artículos relacionados con temas ambientales, buscando clientes potenciales y personas interesadas en conocer más acerca del proyecto

Justificación

Actualmente en el ámbito de la construcción en Colombia el concepto de casas sustentables se está trabajando pero de forma muy tímida dado el poco apoyo e interés por parte del gobierno, sumado a esto la culturización de las personas en la importancia, la falta de información de los ciudadanos interesados en compra de proyectos de vivienda, que radica en una mal asesoría que va sujeta también a presupuestos de compra o construcción limitados, pero que bajo una asesoría bien fundamentada se puede implementar proyectos de tipo sustentables y tener reconocimiento como casa pasiva. Reconociendo el daño ambiental que algunos materiales de construcción al momento de su uso y los desechos que estos mismos ocasionan, es importante generar el uso de diferentes materiales que amortigüen la huella de carbono que cada individuo u organización va dejando. Sabiendo que la recolección el re

aprovechamiento del recurso natural que nos ofrecen las aguas lluvias podríamos darle un segundo uso, esto amortiguara el desperdicio de agua que se pueda tener en las viviendas, sino que ayudara a bajar el consumo que se ve reflejado mes a mes en cada servicio público de agua.

Es por eso que *Kabitek* pretende dar una nueva experiencia al consumidor y cliente de proyectos de vivienda unifamiliar, ofreciéndole un servicio y por sobre todo una asesoría completa generando una mayor conciencia en por qué se debe mejor invertir en un proyecto sustentable que en proyectos tradicionales que solo aumentan el daño ambiental en el planeta.

Hipótesis

La implementación de una estrategia digital mediante un ecosistema digital que será desarrollado en varias fases a través de un posicionamiento de un sitio web que supone la recopilación de datos y clientes potenciales, trabajando de la mano con contenido en social network captando nuevos seguidores y generando una comunidad dentro de la arquitectura que tiene como idea implementar proyectos sustentables.

Marco Teórico

Para introducirnos y entender el contexto se busca poder dar a conocer la importancia de diversos conceptos utilizados, mencionados y fundamentales para el desarrollo de la investigación. Para la consecución del objetivo principal se verán involucrados 3 conceptos como lo son el marketing digital, la arquitectura sostenible, y el ámbito psicológico de nuestro consumir, todo esto para determinar y establecer los fundamentos correctos que lleven a una exitosa comunicación y estrategia para la venta de proyectos de vivienda sostenibles en el municipio de Fusagasugá.

Marketing Digital

Se puede entender por marketing digital a los numerosos medios digitales y canales para contactar con clientes dentro de un entorno digital específico cómo lo es el internet. Se hace

uso de diferentes recursos como sitios web, anuncios digitales, contenido en social network y todo recurso digital que pueda ser de interés dentro de una estrategia.

Sitio Web

Se le conoce como sitio web al conjunto de páginas web y archivos electrónicos que están relacionados y enfocados a un mismo tema, está compuesto por una página de bienvenida conocida como home o inicio, a este sitio web se puede acceder mediante un dominio que está conectado mediante un hosting y un servidor, lo que hace que los clientes visitantes puedan interactuar con tu sitio web y tomar acciones de compra, consumir algún contenido, o dejar datos en una página de captura.

Social Network

Es un servicio de redes sociales a través de una plataforma digital que se usa para desarrollar y construir a través de personas que comparten contenido cómo; intereses, entretenimiento, actividades de la vida diaria, o historias de su vida real, todo este contenido es usado por las empresas para conocer y segmentar su nicho de mercado y aprovechar para captar clientes potenciales.

- Desarrollo de estrategias para la generación de contenido, temas de interés, tips, nuestros proyectos, procesos de ejecución de los proyectos, ¿sabías que? (datos históricos de construcciones reconocidas en el mundo), publicaciones de innovaciones tecnológicas.

Seo y Sem

Son dos elementos básicos imprescindibles dentro de una estrategia de marketing digital y están ligados el uno al otro, es decir deben trabajar en equipo para tener un mejor posicionamiento, su diferencia a grandes rasgos esta dado por que el SEO es la optimización dentro de estrategias para la visibilidad del sitio web en resultados orgánicos, y el SEM son las técnicas usadas para optimizar nuestro posicionamiento en los buscadores de Google mediante campañas pagas.

-Uno de lo medios digitales para generar más tráfico y por ende mejor posicionamiento

orgánico a tu sitio web es la implementación de un blog es por ello que se desarrollarán artículos de interés para nuestro público objetivo alimentando y generando tráfico a nuestro sitio web mediante el blog, estos artículos también se irán posteando dentro de nuestra *fan page*.

Branding

Es todo lo que gira en torno a nuestra marca, o cómo lo define Paulino Sulz, es el trabajo de gestión de marca con el objetivo de hacerla conocida, deseada y con una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores (Sulz, 2019).

Página de Captura

Este tipo de páginas tiene como único objetivo poder capturar o recopilar los datos de los visitantes que ingresen a esta página, datos específicos dentro de un formulario, chatbot, sección de suscripción.

- Se tendrá una sección de captura dentro de cada página de los proyectos en ejecución o en venta, también se tendrá una sección donde los visitantes podrán suscribirse a nuestras noticias, además una página de captura destinada a la recopilación de datos de los visitantes.

Arquitectura

Techos Verdes

Son azoteas o terrazas vegetales que son instaladas en superficies elevadas o techos de viviendas o edificaciones, es un concepto que ha sido usado desde hace siglos y unos de los pioneros en usar este tipo de instalaciones fueron los países escandinavos como aislante térmico.

Arquitectura

Para la Real Academia Española la Arquitectura es el arte de proyectar y construir edificios (RAE, 2021), para algunos referentes la Arquitectura va ligada a nuestra memoria,

o como la define Louis Kahn la arquitectura es la ponderadora creación de espacios. (kahn, s.f.)

Arquitectura Sustentable

Tiene como principal objetivo tener en cuenta el ciclo de vida de la usabilidad de los materiales, reducir la cantidad de materiales y energía usados, uso del reciclaje y residuos, energías renovables. Se debe pensar en arquitectura sustentable cuando el diseño logra adecuarse a las condiciones de un espacio llámese geográfico, climático o topográfico que ira ligado a la cultura donde se desea proyectar este tipo de edificio o vivienda.

Casa Pasiva

Es un concepto que viene de Europa más específicamente de Alemania conocido como passivhaus, y es un estándar de construcción que realmente demuestre eficiencia en energía, comodidad y asequible al mismo tiempo. El passive house no es como tal una marca sino un concepto de construcción dentro de la arquitectura que puede ser ejecutado y aplicado con resultados reales en cualquier lugar sin embargo para que una construcción sea considerada dentro del concepto passive house y obtenga un certificado como tal deberá cumplir con ciertos requisitos.

Psicología

Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor dentro del marketing está sujeto a una mezcla de diferentes actividades que realizan las personas desde el mismo momento que se le presenta una necesidad hasta que el mismo logra satisfacerla, pero estas mismas actividades que realizan las personas pueden estar influenciadas por variables internas y externas.

Estados de Ánimo del consumidor

El comportamiento del consumidor dentro del marketing está sujeto a una mezcla de diferentes actividades que realizan las personas desde el mismo momento que se le presenta una necesidad hasta que el mismo logra satisfacerla, pero estas mismas actividades que realizan las personas pueden estar influenciadas por variables internas y externas.

Marco Metodológico

Enfoque y Diseño

La Investigación se basó a partir de un enfoque mixto, en el cual se vio implicado el proceso de la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, de esta manera también se hizo una integración en conjunto de los resultados con el objetivo de lograr dar respuesta a nuestra pregunta problema.

Participantes

Para realizar este estudio se tuvieron en cuenta dos muestras diferentes; la primera fue un un muestreo no probabilístico por conveniencia el cual fue la entrevista a expertos, para ellos se fijaron los siguientes criterios; hombres y mujeres de la ciudad de Bogotá con experiencia en Psicología, arquitectura, y marketing digital, de acuerdo a esto se eligieron 3 participantes que cumplieran con lo que se requería.

Nuestra primera experta en Psicología a su experiencia en temas de comportamiento del ser humano y cambios de ánimo, lleva trabajando más de 15 años en el campo.

Nuestro segundo experto una persona con amplio recorrido en el mundo arquitectónico desarrollando diferentes proyectos en el territorio nacional Colombiano, proyectos de vivienda en alianzas con cooperativas, en proyectos sostenibles, empresario por más de dos décadas en el campo de la construcción por lo que es una experto que posee amplio conocimiento en la arquitectura y un poco de su historia.

Instrumentos

Entrevistas a expertos

Para el desarrollo de la investigación se uso como técnica las entrevistas virtuales a los expertos, dadas las condiciones sanitarias que vivimos actualmente (COVID-19) se dificulto la entrevista a nuestro experto de marketing digital, los demás expertos fueron entrevistados a distancia donde se les hicieron en promedio 4 preguntas que nos ayudaran a tener un concepto más claro de acuerdo a la experiencia de estos profesionales.

Tabla 1

Entrevista estructurada a expertos

Categorías orientadoras	Ejes de indagación	Preguntas
Psicología en el ámbito personal	Satisfacción de necesidades y Factores importantes	<p>¿Cómo afecta emocionalmente a una persona tener que pasar tantas horas de su día a día en su vivienda?</p> <p>¿Consideras que las personas pueden mejorar su estado de ánimo al estar en contacto con espacios verdes?</p> <p>¿Cómo crees que serían las reacciones de una persona que en su vivienda tengas espacios verdes, terrazas verdes, zonas sociales en el entorno verde vs una persona que vive en un edificio sin este tipo de espacios?</p> <p>¿Qué debería tener Kabitek dentro de sus proyectos de vivienda para lograr ser una empresa de arquitectura sostenible que pueda ayudar a generar reacciones emocionales o cambios de estado de ánimo?</p>

Arquitectura	Métodos y estrategias	¿Cuáles cree que serán los roles y la postura de la arquitectura en los próximos 10 años ante el calentamiento global?
	Factores importantes	¿Considera ud que la arquitectura sostenible es una de las vías para mitigar en cierta proporción el daño ambiental?, ¿Por qué? ¿En su percepción y experiencia porque considera que los proyectos de vivienda en su mayoría actualmente no implementan sistemas de arquitectura sostenible? ¿Por qué considera que los clientes llegan a los proyectos interesados en conocer área del proyecto, zonas comunes, administración, acabados, etc pero muy pocas veces se ve interesado por energías renovables o sistemas sostenibles dentro del proyecto?

Fuente: Elaboración propia *Kabitek*.

Encuestas

Por medio de este método buscamos conocer algunos aspectos relevantes para nuestra investigación por lo cual se decidió diseñar y generar categorías de acuerdo a los intereses que considerábamos mas importantes como (factor diferencial, intereses y comportamiento del consumidor, factores importantes), esta encuesta fue realizada a 100 personas que viven en la ciudad de Fusagasugá y Bogotá, utilizando la plataforma Google Forms para generar cada respuesta a las preguntas de la encuesta. Esta encuesta no arrojo datos confiables para analizar y tomar decisiones en cuanto la viabilidad y estrategia de la investigación, además recogimos datos demográficos como; edad, genero, también datos económicos. Para esta encuesta se realizaron 8 preguntas cerradas y 2 abierta para un total de 10 preguntas.

Procedimiento

Para el desarrollo de la investigación se realizó en dos etapas, la primera fue el planeamiento de las entrevistas que se hicieron de manera virtual y por separado a 2 de nuestros expertos a través de la plataforma meet de Google, debido a la pandemia que vivimos actualmente el mundo (COVID-19), la segunda etapa se hizo de manera similar solo que sin presencia de videollamada o presencialidad se enviaron las entrevistas de manera aleatoria pero teniendo en cuenta un segmento ubicado en las ciudades mencionadas y personas mayores de 26 años.

Resultados

Las evidencias de los resultados se dividió en dos partes, en donde inicialmente se mostraran los resultados que se obtuvieron de las entrevistas a nuestros expertos seleccionados, y la segunda parte esta compuesta por los datos recolectados de las 100 encuestas que se dividen en cuantitativa y cualitativa.

Tabla 2
Respuestas Categoría Psicología en el ámbito personal

PSICOLOGÍA EMOCIONAL	
PREGUNTA	RESPUESTA - PSICOLOGA
1 ¿Cómo afecta emocionalmente a una persona que pasar tantas horas de su día a día en su vivienda?	Muchas personas están acostumbradas a pasar mucho tiempo en sus casas pero dadas las circunstancias de socializar y pasar 24 /7 con toda la familia diferentes edades diferentes emociones empieza a generar diferentes niveles de estrés entre los habitantes, además que cuando estas encerrado no porque quieres sino por una cuestión impuesta tiende a ser más incómodo para el ser humano, aunque para temas de trabajo las personas si prefiere estar trabajando desde la comodidad de su casa y dados los nuevos avances a nivel de restricciones y permitir el regreso de muchas empresas a su trabajo, en un alto porcentaje las personas no quieren regresar a las oficinas, prefieren una reunión virtual para efectos de trabajo.
2 ¿Consideras que las personas pueden mejorar su estado de ánimo al estar en contacto con espacios verdes?	Total, muchas teorías de la psicología positiva, corrientes como el budismo o el taoísmo que nos dicen que al estar en contacto o en relacionarse con la naturaleza el cuerpo reacciona totalmente. El aire mejora su oxigenación, su entrenamiento con los sentidos, aumenta los estados de ánimo positivos y disminuye los niveles de estrés.

<p>3. ¿Cómo crees que serían las reacciones de una persona que en su vivienda tengas espacios verdes, terrazas verdes, zonas sociales en el entorno verde vs una persona que vive en un edificio sin este tipo de espacios?</p>	<p>Desde su forma de ser hasta su forma para relacionarse se puede ver afectada para las personas que no tienen contacto con espacios o entornos verdes, no es lo mismo tener zonas verdes donde puedas hacer ejercicio a tener que en tu apartamento tirar una colchoneta y hacer ejercicio, realmente cambia total la forma de interactuar de una persona para mal al tener poco contacto con entornos verdes.</p>
<p>4. ¿Qué debería tener Kabitek dentro de sus proyectos de vivienda para lograr ser una empresa de arquitectura sostenible que pueda ayudar a generar reacciones emocionales o cambios de estado de ánimo?</p>	<p>El ser humano esta en una etapa de transición en volver a lo agro, a lo natural, Kabitek debe apuntarle a las zonas verdes y entornos verdes, tener espacios para que el mismo propietario pueda sembrar sus propios productos orgánicos dentro de su proyecto de vivienda. Se debe pensar en poder sembrar sus propios productos por que podemos afrontar escasez de alimentos y va ser muy necesario contar con estos espacios dentro de su vivienda.</p>

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a cada una de las preguntas podemos analizar diferentes oportunidades necesidades y entornos que requieren los habitantes de un proyecto de vivienda en el ámbito emocional y psicológico. Cómo que una persona podría mejorar sus niveles de estrés o su estado de animo al estar en mas contacto con la naturaleza o terrazas verdes que puedan ofrecerle a los habitantes un espacio de tranquilidad de desconexión o de transformación que lo lleve a tener un equilibrio emocional como lo evidenciamos en las respuestas de la pregunta 1, 2 y 3.

Por otra parte, destacamos el aporte que suma una de las ideas que se tiene con el proyecto y es ayudar a los propietarios a que puedan sembrar sus propios alimentos al poder tener en su vivienda o en su proyecto de vivienda una huerta casera que facilite el abastecimiento de algunos productos orgánicos a los propietarios, como lo evidencia le respuesta 4.

Tabla 3
Respuestas a la Categoría de Arquitectura Sostenible

ARQUITECTURA SOSTENIBLE	
PREGUNTA	RESPUESTA - ARQUITECTO
1 ¿Cuáles cree que serán los roles y la postura de la arquitectura en los próximos 10 años ante el calentamiento global?	La arquitectura es parte de la ciudad y es parte del desarrollo de un país, pero seguramente en los próximos años las entidades gubernamentales y los países tendrán que adaptar algunas normas en pro de combatir el calentamiento global considero que tal vez no en 10 años pero si unos años no muy lejanos se normatizara la implementación de proyectos sostenibles o por lo menos las empresas deberán adaptarse a lo sostenible y ecológico para satisfacer las necesidades de un inversionista que cada vez son más exigentes.
2 ¿Considera ud que la arquitectura sostenible es una de las vías para mitigar en cierta proporción el daño ambiental? ¿por qué?	No es la solución, considero que hay muchos factores que afectan e inciden en el daño ambiental, pero sin duda la construcción aporta también su porcentaje desde los materiales, los desechos, y los consumos naturales que pueda tener un proyecto de vivienda. En este sentido la arquitectura sostenible puede aportar su granito de arena al daño ambiental.
3. ¿En su percepción y experiencia porque considera que los proyectos de vivienda en su mayoría actualmente no implementan sistemas de arquitectura sostenible?	En cierta parte es por los costos, muchos proyectos sostenibles tienen un presupuesto que no es tan alcanzable para muchos hablamos de proyectos de vivienda de mas 800millones de pesos lo que lo hace poco asequible para el ciudadano, hay otros proyectos un poco más económicos pero igual manera sigue habiendo una brecha que haga alcanzable la sostenibilidad en la arquitectura a la clase media.
4. ¿ Por que considera que los clientes llegan a los proyectos interesados en conocer área del proyecto, zonas comunes, administración, acabados, etc pero muy pocas veces se ve interesado por energías renovables o sistemas sostenibles dentro del proyecto?	Muchos de los interesados en invertir comprar un apartamento o una casa dentro de un conjunto residencial, desconoce del tema es por ello que es poco inusual escuchar ese tipo de preguntas, a eso sumado que en Colombia no hay un alto volumen de posibilidades para buscar proyectos sostenibles son muy pocos los proyectos que se han ejecutado o se están ejecutando.

Fuente: Elaboración propia

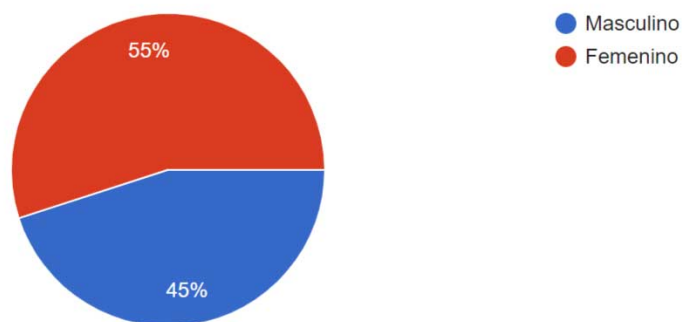
De la entrevista con nuestro experto en arquitectura sostenible podemos analizar a que se debe la falta de opciones en proyectos sostenibles, además de por qué la falta de intereses o lo poco común de oír a futuros compradores preguntar sobre si el proyecto cuenta con beneficios sostenibles.

De acuerdo a la respuesta 1 y 2 destacamos la relevancia que puede tener la implementación de conceptos sostenibles dentro de la arquitectura y como tal aportar un valor social y ambiental en un municipio que cuenta con zonas urbanas y zonas rurales que debería ser bien utilizada y devolverle un poco de recursos naturales a la tierra.

Por último analizamos la respuesta 3 y 4 mostrando como mayor problema para acceder a proyectos de ese tipo es el tema económico, seguido del desconocimiento del concepto sobre arquitectura sostenible, algo que coincide dentro de nuestras encuestas realizadas donde podremos ver resultados (Ver Tabla 9) que comparten esta opinión con lo que nuestro público nos contestó.

Encuestas

Género



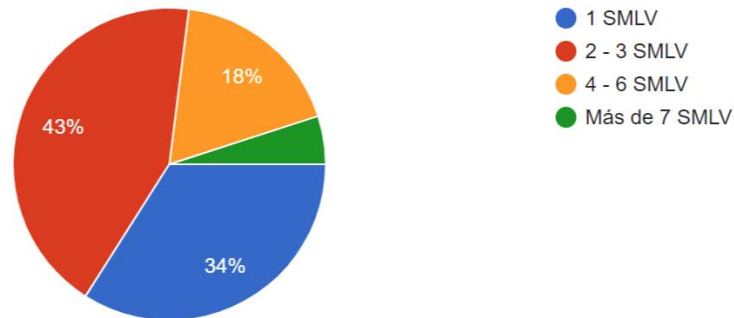
Fuente: Elaboración propia

Figuras1. Resultados pregunta 2 parte cuantitativa

De nuestras 100 encuestas 56 personas eran mujeres y 44 fueron hombres en un rango de edad comprendida entre los 27-69 años ubicados en la ciudad de

Fusagasugá y Bogotá.

Ingresos Socioeconómicos

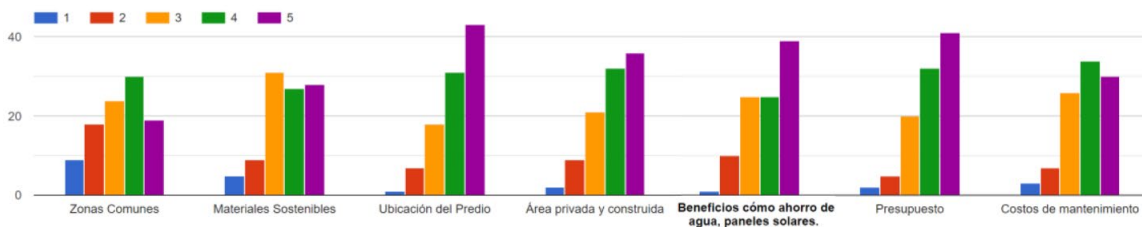


Fuente: Elaboración propia

Figuras2. Resultados pregunta 3 parte cuantitativa

En la figura número 2 podemos observar que nuestros encuestados en un alto porcentaje están en un rango entre \$908.526 - \$2'725.578 que hacen el 77% de nuestros participantes, el 18% tiene unos ingresos entre \$3'634.104 - \$5'451.156 y un 5% tiene ingresos superiores a \$6'359.682, dado los costos y las dificultades de nuestro país y el segmento de nuestro mercado se podría decir que el 56% de nuestros encuestados podrían adquirir alguno de nuestros proyectos de vivienda, pero no se descartaría el 34% que tiene un ingreso de 1SMLV ya que con las oportunidades del gobierno y cajas de compensación podría lograr ingresar en nuestros proyectos de vivienda.

Seleccione entre lo siguientes aspectos cuales son mas importantes para usted a la hora de seleccionar un proyecto de vivienda

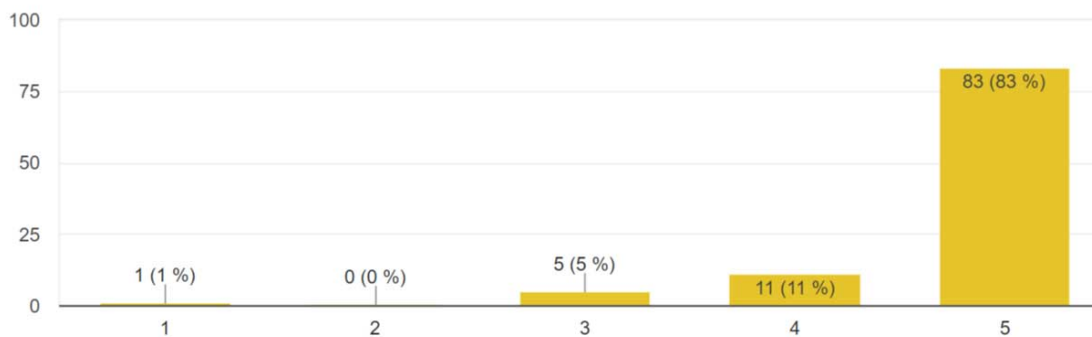


Fuente: Elaboración propia

Figuras3. Resultados pregunta 4 parte cuantitativa

En la figura número 3 podemos observar que para nuestros encuestados el aspecto más importante a la hora de comprar vivienda es la ubicación del predio teniendo 43 votos en su máxima escala de importancia, seguido de 41 personas que consideraron el presupuesto uno de los aspectos más importantes, y para la investigación sorprende un poco las 39 personas demuestran que para ellos lo mas importante son los beneficios sostenibles que pueda ofrecer un proyecto.

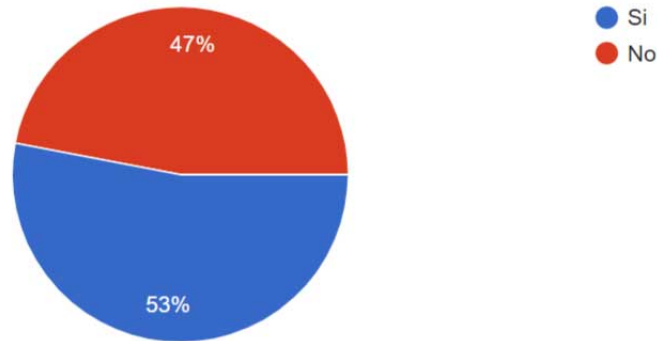
¿Para usted qué tan importante es contar con espacios verdes dentro del proyecto de vivienda?



Figuras4. Resultados pregunta 5 parte cuantitativa

En la figura número 4 podemos observar que para nuestros encuestados con un 83% es muy importante con un valor de 5 siendo 5 lo mas importante y 1 lo menos importante, seguido de 4 siendo importante con un 11%, destacando que para un 94% de los encuestados contar con entornos y espacios verdes dentro del proyecto de vivienda es muy relevante para ellos.

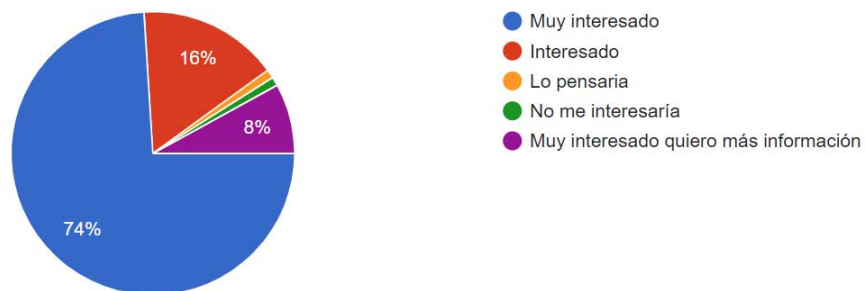
¿Conoce o esta familiarizado con el termino arquitectura sostenible?



Figuras5. Resultados pregunta 6 parte cuantitativa

En la figura número 5 podemos observar que para el 53% de nuestros 100 encuestados si conocen, han escuchado, o tienen conocimiento de la arquitectura sostenible, lo que indica que las personas en la actualidad, o de tiempo atrás ha venido documentándose o ha tenido experiencias, anécdotas sobre temas sostenibles, pero se cuenta con 47% de encuestados que desconoce totalmente el concepto.

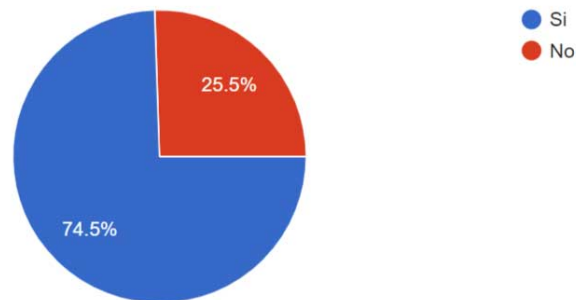
¿Si pudiera elegir un proyecto de vivienda que le ayude ahorrar hasta un 70% en el recibo del agua cada mes, que tan interesado estaría en adquirirlo?



Figuras6. Resultados pregunta 7 parte cuantitativa

En la figura número 6 podemos observar que para el 90% de nuestros 100 encuestados estarían interesados en invertir en un proyecto de vivienda sostenible que tenga como principal beneficio el ahorro de hasta el 70% de agua en su recibo publico otro 8% estaría dispuesto e interesado en recibir más información acerca del proyecto.

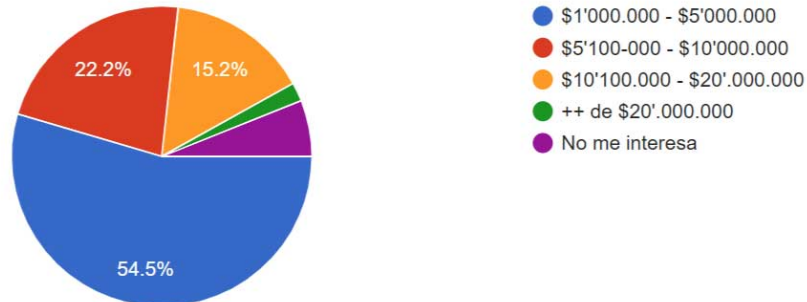
Si su respuesta fue que encuentra interesado en este sistema, ¿Estaría dispuesto a pagar más por un proyecto que incluya este beneficio?



Figuras7. Resultados pregunta 8 parte cuantitativa

En la figura número 7 observamos que del 98% de las personas que mostraron interés (figura6) el 74,5 estaría dispuesto a pagar más por un proyecto que cuente con este tipo de beneficio sostenibles, y un 25,5% del 100 de los encuestados no estaría dispuesto a pagar más por un proyecto así cuente con este beneficio.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un proyecto que incluya el beneficio de ahorrarle hasta un 70% en sus servicio publico del agua?.



Figuras8. Resultados pregunta 9 parte cuantitativa

En la figura número 8 podemos ver las opiniones divididas pero en un gran porcentaje un 54,5% estaría dispuesto a pagar hasta \$5'000.000 porque su proyecto de vivienda tenga estos beneficios, un 22% estaría dispuesto a pagar entre \$5'100.000 - \$10'000.000, un 15,2% pagaría hasta \$20'000.000, un 2% pagaría más de \$20'000.000 y solo un 6% no le interesaría pagar ni es relevante este tipo beneficios.

Conclusiones

A partir de las encuestas y entrevistas realizadas que nos arrojaron datos, podemos concluir que la vida de las personas no solo en el ámbito de nuestro país Colombia sino en el mundo ha cambiado y nos ha tocado adaptarnos a un nuevo estilo de vida, estilo que nos lleva al encierro permanente y durante mayor tiempo del día en nuestras casas aplicándolo a nuestro segmento de mercado, y que estar rodeados durante horas por paredes afecta el estado emocional, por el contrario que un convivir dentro de espacios verdes para el uso social hablándolo en terrazas verdes va a significar una alteración en el estado emocional de los seres humanos, ya que los entornos verdes ayudar a liberar estrés y darnos una sensación de tranquilidad y relajación.

La investigación nos da no solo el poder de indagar sino también de conocer datos reales en situaciones reales, basado en los datos de nuestras encuestas podemos afirmar que tenemos lo necesario para ejecutar un proyecto con éxito, claramente corriendo algunos riesgos como existen en todo mercado pero que podemos adaptarnos y mejorar, viendo que tenemos un público objetivo interesado en nuestro proyecto, que busca y demuestra que daría solución a varias necesidades que tienen los habitantes y propietarios de un proyecto de vivienda, además tenemos datos de lo que para el cliente también es interesante y beneficioso para él. Por eso estamos seguros que implementando lo aprendido y desarrollado durante un año lleno de conocimiento e investigación la ejecución, planeación y desarrollo de un ecosistema digital, este será parte fundamental del éxito del proyecto, ya que al generar un ecosistema donde podamos no solo mostramos como empresa sino también generar una comunidad que no solo busca proyectos de vivienda sino que también se sienta identificada con nuestro contenido, lograremos un mejor engagement y por ende podremos generar el cumplimiento de nuestros objetivos como lo son el posicionamiento de Kabitek dentro del concepto de proyectos de vivienda sostenibles.

Figuras9. Ecosistema Digital



En un alto porcentaje los posibles compradores de diferentes proyectos de vivienda desconocen los conceptos que comprenden a la Arquitectura Sostenible y por este motivo es que en las salas de venta no se escucha preguntar o se muestra intereses por conocer si los proyectos son sostenibles además tampoco se genera una demanda por lo que la oferta de proyectos sostenibles es muy limitada, por lo que se hace importante y necesario implementar una estrategia digital que lleve a los usuarios a conocer mas acerca de la arquitectura sostenible generando y aportando contenido de valor en diferentes canales digitales. Generando expectativa, conexión e interés. Consecuentemente a lo que hemos encontrado se hace importante que dentro de la estrategia de marketing digital que se va a ejecutar se contemple la generación de contenido de valor aportando conocimientos, datos de interés, y culturización sobre la arquitectura sostenible y cómo podemos generar ahorros o mejores prácticas sostenibles en nuestras viviendas.

Figuras10. Social Network



Referencias Bibliográficas

BBC, News. (2019). 4 gráficos que muestran la "alarmante" degradación de la biodiversidad del planeta. noticias de BBC news mundo. Recuperado de:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-48176057>

(Sulz, 2019) Branding. Recuperado de:

<https://rockcontent.com/es/blog/branding/>

(RAE,2021) Arquitectura. Recuperado de:

<https://dle.rae.es/arquitectura>

(BBC, 2019) 4 gráficos que muestran la "alarmante" degradación de la biodiversidad del planeta. Recuperado de:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-48176057>

Planeta 2030. (2020). Sin biodiversidad no hay humanidad. blog medio ambiente planeta 2030. Recuperado de: https://www.planeta2030.es/ambiente/sin-biodiversidad-no-hay-humanidad_55600_102.html)

Faus,J. (2017). ¿Que opina Trump sobre el cambio climático? Periódico digital EL PAIS. Recuperado de:

https://elpais.com/internacional/2017/06/01/estados_unidos/1496343144_186083.html

Milz,T. (2019). ¿Que papel juega Brasil en la lucha contra el cambio climatico?. DW made for minds. Recuperado de :<https://www.dw.com/es/qu%C3%A9-papel-juega-brasil-en-la-lucha-contra-el-cambio-clim%C3%A1tico/a-51503288>.

Dinero. (2020). Santurbán: La Anla archivó el proyecto minero de Soto Norte de Minesa. licencias ambientales , revista semana. recuperado de:<https://www.dinero.com/pais/articulo/paramo-de-santurban-anla-archivo-el-proyecto-minero-de-soto-norte-de-minesa/302330>

(BBC, BBC WORLD, 2020). Coronavirus y cambio climático: por qué la pandemia no es realmente tan buena para el medio ambiente. BBC mundo noticias. recuperado de:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-52596472>

News ONU. (2020) El agua, parte del problema, pero también de la solución ante el cambio climático. Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2020/03/1471492>

Agro Popular (2020). “Las alteraciones climáticas afectarán a la disponibilidad de agua necesaria para las necesidades básicas” recuperado de:
<https://www.agropopular.com/alteraciones-climaticas-23032020/>


Mktr. (2020). “Los equipos que quebraron debido a la crisis económica generada por el coronavirus”. recuperado de:
https://www.marketingregistrado.com/gb/futbol/2020/07/30880_los-equipos-que-quebraron-debido-a-la-crisis-economica-generada-por-el-coronavirus/

El tiempo. (2020). “Alerta por aumento de inseguridad en Bogotá; alcaldesa anuncia medidas” recuperado de: <https://www.eltiempo.com/bogota/seguridad-alerta-por-aumento-de-inseguridad-en-bogota-511314>

Irene Relda. (2013).” Entrevista a Antoni Falcón, director de Matèria Verda”. recuperado de: <https://www.interempresas.net/Jardineria/Articulos/116742-Entrevista-a-Antoni-Falcon-director-de-Materia-Verda.html>

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada ECOSISTEMA DIGITAL PARA VENDR PROYECTOS DE ENTORNO SOSTENIBLES DENTRO DE LA ARQUITECTURA ECOLÓGICA , autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento. La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido. La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos. La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982. Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Julián Camilo Suárez Pardo
C.C. 1014242501