

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA CONSTRUCTORA
ADRIANA RIVERA S.A.S DE POPAYÁN - CAUCA

ANYI VANESSA SALAMANCA IAJI

Mg. MARIA ALEJANDRA ALBAN LARA

TRABAJO DE GRADO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA- UNICOMFACAUCA

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

POPAYÁN, COLOMBIA

MAYO 2025

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA CONSTRUCTORA
ADRIANA RIVERA S.A.S DE POPAYÁN - CAUCA

ANYI VANESSA SALAMANCA IAJI

Mg. MARIA ALEJANDRA ALBAN LARA

TRABAJO DE GRADO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA – UNICOMFACAUCA

POPAYÁN, COLOMBIA

MAYO 2025

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	7
Justificación.....	8
Objetivos	8
General:	8
Específicos:	9
Descripción de la Empresa.....	9
Datos Generales de la Empresa.....	10
Antecedentes	11
Actividad principal de la empresa.....	12
Clasificación de la Empresa	12
Estructura Organizacional.....	13
Descripción de Cargo.....	16
Gerente	16
Subgerente.....	18
Contador.....	19
Asesoría Jurídica	21
Director de Obra.....	23
Auxiliar de Publicidad.....	25

Auxiliar Contable.....	27
Residente de Acabados	28
Residente de Estructura.....	30
Inspector(a) SST.....	32
Almacenista.....	34
Supervisor de Obra.....	36
Pasante.....	38
Operario.....	39
Portafolio de Servicios	41
Introducción al Portafolio	41
Categorías de Servicios	42
1. Construcción de Edificaciones Residenciales	42
2. Construcción de Edificaciones No Residenciales	42
Compromiso y calidad	42
Segmentación de la Empresa	47
Criterios de segmentación	47
Variable Geográfica	47
Variable Demográfica	48
Variable psicográfica	49
Variable Conductual.....	49

Competencia de la Empresa	50
Modelo de Negocio Canvas Constructora Adriana Rivera S.A.S.....	54
Diagnóstico de la Empresa.....	55
Matriz DOFA	55
Misión y Visión de la Empresa	58
Interrogantes Misión	58
Misión	58
Interrogantes Visión	59
Visión	59
Imagen Corporativa.....	59
Logotipo	59
Colores corporativos	60
Marketing en redes sociales- Social Media Manager	61
Análisis de la situación actual	61
Objetivo.....	61
Estrategia : Contenido, Publicidad e Interacción	61
Plan de acción global en redes sociales	63
Objetivo Estratégico:.....	63

Mejorar la presencia digital de la empresa y aumentar el número de clientes potenciales interesados en proyectos inmobiliarios, a través de campañas segmentadas y contenido de valor en redes sociales, durante un periodo de tres meses.....	63
ROI: Retorno de inversión estrategia en redes sociales	67
Redes sociales	68
Facebook	69
Instagram.....	74
Horas para publicar en redes sociales y recomendaciones para subir contenido.....	78
Sitio web (web site).....	80
Análisis de la situación actual	80
Plan de acción	81
Captura de pantalla sitio web y dirección sitio web.....	83
Cronograma de Ejecución del plan de Mercadeo Electrónico	84
Presupuesto Global del Plan de Mercadeo Digital.....	85
Conclusiones	86
Bibliografía	87

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar una estrategia de marketing digital efectiva para Constructora Adriana Rivera S.A.S, una empresa comprometida con el desarrollo y crecimiento del sector de la construcción en el departamento del Cauca. Desde su fundación en 2012 en la ciudad de Popayán, la empresa ha evolucionado significativamente, pasando de colaborar en proyectos de distintas firmas constructoras a consolidarse como una de las compañías más destacadas del sector, gracias a su calidad, responsabilidad y solvencia moral.

En la actualidad, Constructora Adriana Rivera S.A.S cuenta con tres proyectos en fase de finalización y dos en etapa inicial, destacándose por su innovación y compromiso con la excelencia. Sin embargo, el crecimiento del mercado y el aumento de la competencia han generado la necesidad de fortalecer su presencia digital y mejorar su posicionamiento.

Ante este escenario, la formulación de un plan de marketing digital se presenta como una herramienta clave para optimizar la visibilidad de la empresa, atraer nuevos clientes e incrementar su reconocimiento en el sector. Este plan incluye el análisis del público objetivo, la identificación de tendencias del mercado y la implementación de estrategias digitales que potencian la accesibilidad y reputación de la constructora.

A lo largo de este trabajo, se explorará un enfoque integral de marketing digital que no solo impulsa las oportunidades comerciales de Constructora Adriana Rivera S.A.S, sino que también refuerce su imagen como una empresa confiable, innovadora y líder en la construcción en el Cauca. Con una correcta aplicación de recursos digitales, se maximizará su potencial de crecimiento y su impacto positivo en el desarrollo urbanístico de la región.

Justificación

Desde que inició operaciones en 2012 en la ciudad de Popayán, Constructora Adriana Rivera S.A.S ha trabajado con esfuerzo y dedicación para posicionarse en el sector de la construcción. Lo que comenzó como una empresa dedicada a ejecutar obras para otras firmas, con el tiempo se convirtió en una constructora sólida y confiable, con proyectos propios que han contribuido al desarrollo urbanístico de la región.

El crecimiento de la empresa ha sido significativo, pero también lo ha sido la competencia en el mercado. Cada vez más firmas constructoras buscan destacar, y las tendencias digitales han cambiado la forma en que las empresas se conectan con sus clientes. En este contexto, es fundamental fortalecer la presencia de la constructora y consolidar su imagen en un sector donde la confianza y el reconocimiento juegan un papel clave.

Por eso, es necesario implementar un plan de marketing digital que le permita a la empresa mejorar su visibilidad y diferenciarse en el mercado. Aprovechar herramientas digitales no solo facilitará la comunicación con clientes potenciales, sino que también reforzará su reputación y abrirá nuevas oportunidades de crecimiento. La idea no es solo mantenerse en el sector, sino seguir evolucionando y ampliando su alcance.

Objetivos

General:

Diseñar una estrategia de marketing digital para Constructora Adriana Rivera SAS que permita optimizar su presencia en el mercado y fortalecer su imagen a través del uso de herramientas digitales.

Específicos:

- Definir el perfil del cliente potencial para determinar los canales digitales más adecuados y efectivos para su captación.
- Evaluar el mercado y la competencia para comprender mejor las tendencias actuales y las oportunidades de posicionamiento.
- Desarrollar una propuesta de sitio web que facilite la comunicación con clientes e inversores, aumentando la visibilidad y accesibilidad de la empresa en el entorno digital.

Descripción de la Empresa

Constructora Adriana Rivera SAS nació en el año 2012 en la ciudad de Popayán con el propósito de aportar al desarrollo urbanístico de la región. Su fundadora, Adriana Rivera, decidió emprender en el sector de la construcción con la visión de ofrecer proyectos de alta calidad, sostenibles y accesibles para la comunidad. En sus inicios, la empresa se dedicaba principalmente a la ejecución de obras para diferentes firmas constructoras, brindando servicios especializados en diversas etapas de construcción.

Con esfuerzo y dedicación, la constructora fue ganando reconocimiento gracias a su compromiso con la calidad y el cumplimiento en cada proyecto. Esto le permitió consolidarse como una firma independiente y desarrollar sus propias construcciones. A medida que aumentaba la demanda de viviendas y espacios comerciales en la región, la empresa amplió su

portafolio y comenzó a ejecutar proyectos propios, caracterizados por su diseño innovador y materiales de alta durabilidad.

Actualmente, Constructora Adriana Rivera SAS cuenta con un equipo de profesionales altamente calificados que se encargan de la planificación, diseño y ejecución de proyectos residenciales y comerciales, contribuyendo así al crecimiento del sector inmobiliario en el departamento del Cauca.

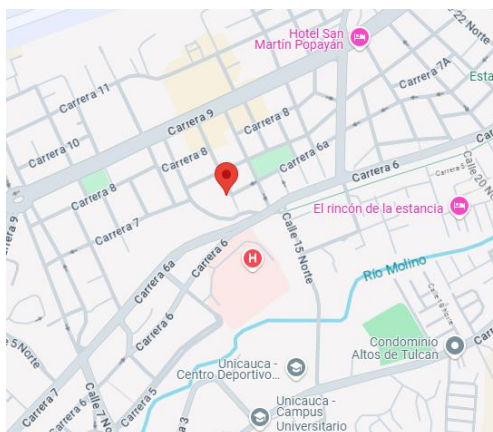
La empresa sigue enfocada en el crecimiento y la innovación, implementando nuevas estrategias para mejorar sus procesos y fortalecer su presencia en el mercado. A través de su compromiso con la excelencia, Constructora Adriana Rivera SAS continúa generando empleo y oportunidades de desarrollo, asegurando su papel como una constructora clave en la región.

Datos Generales de la Empresa

Nombre de la empresa: Constructora Adriana Rivera S.A.S

Ubicación: Cl. 14 Nte. #6-53 Comuna 1, Popayán, Cauca

Representante Legal: Rivera Farinango Carlos Alberto



Nota: Imagen obtenida de Google Maps.

Antecedentes

Constructora Adriana Rivera SAS fue fundada el 12 de marzo de 2012 en la ciudad de Popayán, Cauca , con la visión de contribuir al crecimiento del sector de la construcción en la región. Desde sus inicios, la empresa se especializó en la construcción de edificaciones residenciales y no residenciales , así como en la ejecución de obras civiles e ingeniería para el sector público y privado.

Con un enfoque en la innovación y la calidad, la constructora comenzó a realizar proyectos de infraestructura y ampliando su portafolio de servicios. Con el paso de los años, ha logrado consolidarse en el mercado, a incluir actividades como la compra y venta de bienes inmuebles, arrendamientos, interventoría de obras, consultoría en ingeniería y arquitectura, y la planeación y desarrollo de proyectos urbanísticos y comerciales.

A medida que la demanda por soluciones habitacionales y comerciales en Popayán crecía, la empresa fortaleció su presencia con proyectos propios, diferenciándose por su compromiso con la excelencia y el cumplimiento en la entrega de obras. Gracias a su enfoque estratégico, ha logrado posicionarse como una de las empresas constructoras más representativas del Cauca.

Actualmente, Constructora Adriana Rivera SAS continúa impulsando el desarrollo inmobiliario y urbanístico de la región. Con un equipo de profesionales especializados y una gestión eficiente, la empresa sigue expandiéndose, adaptándose a las nuevas tendencias del sector y apostando por la innovación para garantizar soluciones de construcción sostenibles y de alta calidad. (SAS)

Actividad principal de la empresa

Constructora Adriana Rivera SAS se dedica a la construcción de edificaciones residenciales y no residenciales, a cubrir desde proyectos de vivienda hasta obras comerciales e institucionales. Además, ofrece servicios especializados en interventoría, consultoría en ingeniería y arquitectura, compra y venta de bienes inmuebles, arrendamientos y desarrollo de proyectos urbanísticos y comerciales. La empresa trabaja en el diseño y ejecución de proyectos que buscan satisfacer las necesidades habitacionales y de infraestructura en la región, destacándose por su compromiso con la calidad y el cumplimiento en cada obra. (SAS)

Clasificación de la Empresa

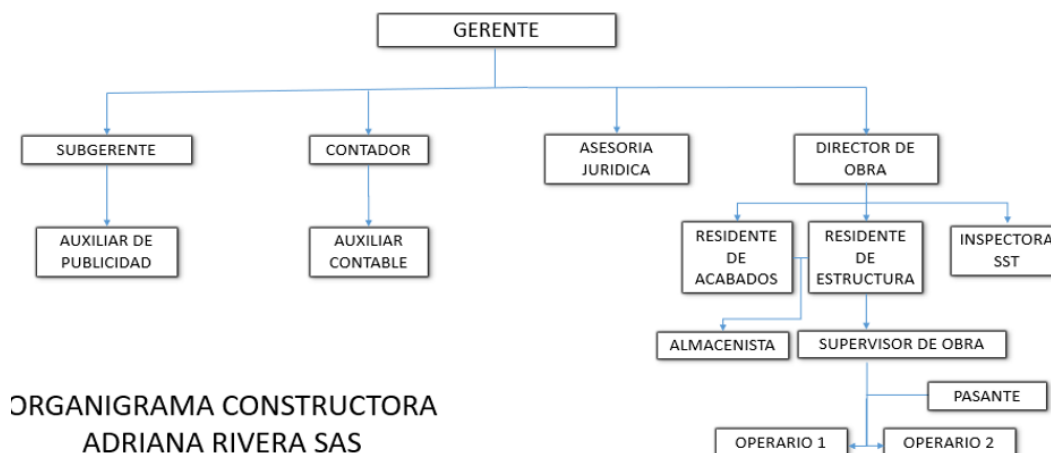
Sector Económico: Pertenece al sector secundario, ya que su actividad principal está relacionada con la industria de la construcción, abarcando tanto la edificación de viviendas y estructuras comerciales como la ejecución de obras de infraestructura y urbanismo. (SAS)

Tamaño: De acuerdo con su nivel de ingresos y la normativa vigente en Colombia, la empresa se clasifica como una pequeña empresa, lo que le permite operar con flexibilidad y eficiencia en el sector de la construcción. (SAS)

Formalidad: Constructora Adriana Rivera SAS es una empresa formalmente constituida bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), registrada ante la Cámara de Comercio del Cauca y cumpliendo con todos los requisitos legales para su operación. (SAS)

Estructura Organizacional

Figura 1 Organigrama Constructora Adriana Rivera SAS



Fuente: Constructora Adriana Rivera (SAS)

Gerente: Es la persona encargada de la dirección general de la constructora, asegurando el correcto funcionamiento de todas las áreas. Supervisa los procesos administrativos, financieros y operativos, tomando decisiones estratégicas para garantizar el crecimiento y estabilidad de la empresa en el sector de la construcción.

Subgerente: Apoya la gestión del gerente en la supervisión y control de las operaciones de la empresa. Se encarga de coordinar y garantizar la ejecución eficiente de los proyectos, velando por el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Auxiliar de Publicidad: Responsable de la promoción y posicionamiento de la empresa en el mercado. Gestiona estrategias de comunicación y publicidad para dar a conocer los proyectos de la constructora, apoyando en el desarrollo de campañas y contenido digital.

Contador: Encargado de la administración financiera y contable de la empresa. Supervisa el manejo de recursos, realiza informes financieros y asegura el cumplimiento de las normativas fiscales y tributarias, garantizando la estabilidad económica de la empresa.

Auxiliar Contable: Apoya al contador en la gestión de la contabilidad de la empresa, realizando registros financieros, conciliaciones bancarias y controlando el flujo de ingresos y egresos para mantener actualizados los estados contables.

Asesoría Jurídica: Brinda soporte legal en todos los procesos de la empresa, asegurando el cumplimiento de normativas en contratos, licitaciones y proyectos de construcción. También asesora en temas de derecho laboral, comercial y tributario para evitar riesgos legales.

Director de Obra: Encargado de la planificación, ejecución y supervisión de los proyectos de construcción. Coordina los equipos de trabajo, gestiona recursos y asegura que las obras se desarrollen cumpliendo con los estándares de calidad, seguridad y cronogramas establecidos.

Residente de Acabados: Supervisa y controla los detalles finales de las construcciones, garantizando que los acabados cumplan con los estándares de calidad y diseño. Coordina con proveedores y contratistas para asegurar la correcta instalación de materiales.

Residente de Estructura: Es el encargado de la supervisión técnica en la ejecución de estructuras de las edificaciones, asegurando que los materiales y procesos constructivos cumplan con las especificaciones técnicas y normativas vigentes.

Almacenista: Gestiona el almacenamiento y distribución de materiales e insumos para la construcción. Controle el inventario, verifique la recepción de productos y coordine el suministro oportuno a las diferentes áreas de la obra.

Supervisor de Obra: Encargado de la supervisión directa de la construcción, coordinando el trabajo de los operarios y asegurando el cumplimiento de los planos y cronogramas de obra. Es el enlace entre los residentes de obra y el equipo de trabajo en campo.

Inspectora SST (Seguridad y Salud en el Trabajo): Vela por el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo dentro de la empresa y en las obras. Supervise el uso adecuado de los equipos de protección personal y la aplicación de protocolos de seguridad para minimizar riesgos laborales.

Pasante: Apoya en diversas tareas dentro de la obra y la gestión administrativa, adquiriendo experiencia en procesos de construcción, supervisión de obra y control de materiales.

Operarios 1 y 2: Son los encargados de la ejecución de las labores operativas dentro de la obra, como el armado de estructuras, instalación de materiales y apoyo en las actividades de construcción bajo la dirección del supervisor de obra.

Descripción de Cargo

Gerente

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Gerente	Cargo del jefe inmediato	N/A
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m.	Tipo de contrato	Indefinido
Profesión	Ingeniero Civil, Arquitecto o Administrador de Empresas	Especialización u otros estudios	Gerencia de proyectos, administración financiera o áreas afines.
Experiencia laboral	Más de 5 años en dirección de empresas de construcción.		
MISIÓN			
Asegurar el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa a través de una adecuada planificación estratégica y operativa.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño ?	
Supervisar y tomar decisiones estratégicas.	Garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales.	Cumplimiento de metas de	

		crecimiento y rentabilidad.	
Gestionar las relaciones con clientes y proveedores.	Fortalecer la presencia de la empresa en el sector.	Número de contratos obtenidos.	
Asegurar el cumplimiento de normativas legales.	Evitar riesgos legales y operativos.	Cumplimiento normativo.	
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Informe de gestión.	Mensual.	Junta Directiva.	Confidencial.
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
<div>- Sistema de gestión financiera</div> <div>- Software de planificación estratégica</div>			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con los objetivos organizacionales. Velar por el cumplimiento de la normatividad legal		Incumplimiento de regulaciones. Desvío de recursos empresariales	

Nota: Elaboración Propia

Subgerente

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Subgerente	Cargo del jefe inmediato	Gerente
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m.	Tipo de contrato	Indefinido
Profesión	Ingeniería Civil o Administración	Especialización u otros estudios	Gestión de proyectos
Experiencia laboral	3 a 5 años en gestión de proyectos de construcción		
MISIÓN			
Apoyar al gerente en la toma de decisiones estratégicas y operativas para optimizar la eficiencia de la empresa.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño ?	
Supervisar las áreas operativas	Garantizar el correcto desarrollo de los proyectos	Cumplimiento de cronogramas	
Coordinar reuniones de planificación	Mejorar la comunicación interna	Nivel de coordinación	

		entre áreas	
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de supervisión	Mensual	Gerente	Privado
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Software de gestión de proyectos			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con los objetivos estratégicos. Optimizar procesos internos.		Desorganización en la planificación. Falta de comunicación efectiva.	

Nota: Elaboración Propia

Contador

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del		Cargo del jefe	Gerente

cargo	Contador	inmediato	
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m.	Tipo de contrato	Fijo
Profesión	Contador público	Especialización u otros estudios	Auditoria o finanzas.
Experiencia laboral	3 a 5 años en contabilidad y finanzas		
MISIÓN			
Garantizar la transparencia financiera y el cumplimiento de las obligaciones fiscales de la empresa.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño ?	
Gestionar las transacciones contables.	Garantizar la exactitud en los registros financieros.	Precisión en la contabilidad	
Presentar estados financieros.	Cumplir con normativas contables y fiscales.	Entrega de informes en tiempos establecidos.	
Supervisar costos y presupuestos.	Controlar los gastos y la rentabilidad.	Control efectivo del presupuesto.	
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			

Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Estados financieros.	Trimestral.	Gerente	Confidencial.
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Software contable. - Sistema de gestión de impuestos.			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con la normatividad fiscal. Garantizar transparencia en las cuentas.		Falsificación de documentos contables. Ocultamiento de información financiera.	

Nota: Elaboración Propia

Asesoría Jurídica

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Asesor(a) Jurídico	Cargo del jefe inmediato	Gerente
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a	Tipo de contrato	Prestación de servicios

	6:00 p.m.		
Profesión	Abogado	Especialización u otros estudios	Derecho Comercial o Contractual
Experiencia laboral	3 a 5 años en asesoría legal empresarial		
MISIÓN			
Asegurar que la empresa opere dentro del marco legal, reduciendo riesgos jurídicos.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?		Indicadores de gestión o de desempeño ?
Elaborar y revisar contratos	Garantizar que los acuerdos sean legales		Cumplimiento contractual
Asesorar en normativas laborales	Evitar problemas legales con empleados		Cumplimiento de normativas laborales
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de cumplimiento legal	Trimestral	Gerente	Confidencial

SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO	
-- Plataformas legales. - Gestor documental.	
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO	
OBLIGACIONES	PROHIBICIONES
Garantizar el cumplimiento normativo. Brindar asesoría legal oportuna.	Asesoramiento sin base legal. Incumplimiento de normativas empresariales.

Nota: Elaboración Propia

Director de Obra

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Director de Obra	Cargo del jefe inmediato	Gerente
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 2:00pm	Tipo de contrato	Por obra o labor
Profesión	Ingeniero Civil o Arquitecto	Especialización u otros estudios	Dirección de obras
Experiencia laboral	5 años en dirección de obras		

MISIÓN			
Supervisar y dirigir el desarrollo de los proyectos de construcción para asegurar su correcta ejecución.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer?	Para qué lo debe hacer ?		Indicadores de gestión o de desempeño ?
Coordinar equipos de trabajo.	Garantizar eficiencia en la obra.		Cumplimiento de tareas.
Supervisar el uso de materiales.	Optimizar recursos.		Reducción de desperdicio.
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de avance de obra	Semanal	Gerente	Confidencial
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Software de planificación de obra.			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	

Cumplir con los cronogramas. Supervisar calidad de ejecución.	Incumplimiento de normativas. Retrasos en la obra.
--	---

Nota: Elaboración Propia

Auxiliar de Publicidad

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Auxiliar de Publicidad / Marketing Digital	Cargo del jefe inmediato	Subgerente
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Con disponibilidad ocasional los fines de semana	Tipo de contrato	Fijo
Profesión	Marketing y publicidad, Social Media Manager	Especialización u otros estudios	Especialización en Marketing digital o Social Media Manager
Experiencia laboral	1 a 3 años en manejo de redes sociales		
MISIÓN			
Desarrollar estrategias publicitarias para fortalecer la imagen y visibilidad de la empresa.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			

Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?		Indicadores de gestión o de desempeño.
Crear contenido digital	Aumentar la presencia en medios digitales		Crecimiento en redes sociales
Diseñar campañas publicitarias	Promocionar los proyectos de la empresa.		Impacto en el público objetivo
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Informe de campañas	Mensual	Subgerente	Privado
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
-Software de edición gráfica.			
-Plataformas de publicidad digital.			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Desarrollar contenido publicitario.		Publicación de información errónea.	
Monitorear la efectividad de las campañas.		Uso inadecuado de la identidad corporativa.	

Nota: Elaboración Propia

Auxiliar Contable

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Auxiliar Contable	Cargo del jefe inmediato	Contador
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m.	Tipo de contrato	Fijo
Profesión	Técnico o Tecnólogo en Contabilidad	Especialización u otros estudios	Gestión Financiera
Experiencia laboral	1 a 3 años en gestión contable		
MISIÓN			
Apoyar en la gestión financiera de la empresa asegurando la correcta administración de los recursos contables.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño.	
Registrar operaciones contables	Mantener actualizados los estados financieros	Exactitud en los registros	

Realizar conciliaciones bancarias	Evitar inconsistencias financieras	Precisión en conciliaciones
-----------------------------------	------------------------------------	-----------------------------

INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de ingresos y egresos	Mensual	Contador	Confidencial
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Software contable. - Plataforma bancaria.			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Garantizar la transparencia contable. Cumplir con normativas fiscales.		Errores en registros financieros. Ocultamiento de información contable.	

Nota: Elaboración Propia

Residente de Acabados

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del	Residente de Acabados	Cargo del jefe	Director de

cargo		inmediato	Obra
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 2:00pm	Tipo de contrato	Por obra o labor
Profesión	Ingeniero Civil o Arquitecto	Especialización u otros estudios	Acabados y diseño
Experiencia laboral	3 años en supervisión de acabados		
MISIÓN			
Asegurar la correcta ejecución de los acabados en las construcciones.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño.	
Supervisar instalación de acabados	Cumplir con estándares de calidad	Nivel de conformidad en acabados	
Coordinar con proveedores	Garantizar disponibilidad de materiales	Reducción de retrasos	
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			

Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de calidad	Mensual	Director de Obra	Privado
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Software de supervisión de obra			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con estándares de calidad Supervisar personal a cargo		Uso inadecuado de materiales No respetar especificaciones técnicas	

Nota: Elaboración Propia

Residente de Estructura

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Director de Obra	Cargo del jefe inmediato	Director de Obra
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 2:00pm	Tipo de contrato	Por obra o labor

Profesión	Ingeniero Civil	Especialización u otros estudios	Estructuras
Experiencia laboral	3 años en supervisión de estructuras		
MISIÓN			
Asegurar la correcta ejecución de los acabados en las construcciones.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?		Indicadores de gestión o de desempeño.
Supervisar la calidad de materiales	Garantizar seguridad estructural		Cumplimiento de normativas
Coordinar con contratistas	Evitar fallas estructurales		Reducción de riesgos
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de estructura	Mensual	Director de Obra	Confidencial
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			

- Software de diseño estructural	
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO	
OBLIGACIONES	PROHIBICIONES
Supervisar cumplimiento de normativas Validar calidad de construcción	Uso de materiales no certificados Desviaciones en los diseños estructurales

Nota: Elaboración Propia

Inspector(a) SST

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Inspector(a) SST	Cargo del jefe inmediato	Director de Obra
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 2:00pm	Tipo de contrato	Fijo
Profesión	Profesional en Seguridad y Salud en el Trabajo	Especialización u otros estudios	Prevención de riesgos laborales
Experiencia laboral	2 años en SST en el sector construcción		

MISIÓN			
Garantizar la seguridad y bienestar de los trabajadores en la obra.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?		Indicadores de gestión o de desempeño.
Inspeccionar uso de EPP	Reducir accidentes laborales		Índice de incidentes
Capacitar a trabajadores	Promover cultura de seguridad		Participación en capacitaciones
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de seguridad	Mensual	Gerente	Confidencial
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Plataforma de gestión de riesgos			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	

Cumplir con normativas SST	Ignorar reportes de riesgos
Capacitar a trabajadores	No aplicar protocolos de seguridad

Nota: Elaboración Propia

Almacenista

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Almacenista	Cargo del jefe inmediato	Residente de Acabados
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 2:00pm	Tipo de contrato	Fijo
Profesión	Técnico en Logística	Especialización u otros estudios	Gestión de almacén
Experiencia laboral	2 años en manejo de inventarios		
MISIÓN			
Asegurar el abastecimiento eficiente de materiales en la obra.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			

Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?		Indicadores de gestión o de desempeño.
Controlar inventario	Evitar faltantes		Nivel de existencias
Distribuir materiales	Optimizar recursos		Reducción de desperdicio
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de inventario	Mensual	Residente de Acabados	Privado
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Software de control de inventarios			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Mantener inventario actualizado		Pérdida de materiales	
Supervisar almacenamiento		Errores en distribución	

Nota: Elaboración Propia

Supervisor de Obra

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Supervisor de Obra	Cargo del jefe inmediato	Residente de Estructura
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 2:00pm	Tipo de contrato	Por obra o labor
Profesión	Técnico en Construcción o Ingeniería Civil	Especialización u otros estudios	Gestión de obras y seguridad en el trabajo.
Experiencia laboral	2 a 4 años en supervisión de obras civiles		
MISIÓN			
Asegurar la correcta ejecución de las obras conforme a los planos, especificaciones técnicas y normativas vigentes.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño.	
Supervisar la ejecución de la obra.	Asegurar que los trabajos cumplan con los estándares de calidad.	Cumplimiento del cronograma de obra	

Coordinador del trabajo de los operarios	Garantizar eficiencia y seguridad en la obra	Reducción de incidentes laborales	
Verificar el uso correcto de materiales	Evitar desperdicios y sobrecostos	Control de desperdicio de materiales.	
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Informe de avance de obra	Semanal	Residente de Estructura	Privado
Informe de control de materiales.	Mensual	Director de Obra	Confidencial
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
-Software de planificación de obras. -Sistema de control de inventario de materiales.			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Supervisar el cumplimiento de los planos de obra.		Modificar especificaciones técnicas sin autorización	
Garantizar el uso adecuado de los materiales.		Uso inadecuado de materiales en la construcción.	
Reportar incidentes y novedades en la obra		Ignorar fallas de seguridad en el trabajo	

Nota: Elaboración Propia

Pasante

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Pasante	Cargo del jefe inmediato	Supervisor de Obra
Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 12:00pm	Tipo de contrato	Pasantía
Profesión	Estudiante de Ingeniería Civil o Arquitectura	Especialización u otros estudios	N/A
Experiencia laboral	Sin experiencia requerida		
MISIÓN			
Adquirir conocimientos y habilidades prácticas en el sector de la construcción.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño.	
Asistir en la supervisión de obras	Apoyar el control de calidad en la ejecución	Cumplimiento de cronograma	

Realizar seguimiento de materiales	Evitar retrasos en el suministro		Gestión eficiente de inventarios
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Reporte de avances	Semanal	Supervisor de Obra	Privado
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
- Software de gestión de proyectos			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con las asignaciones en obra		Falta de compromiso en tareas asignadas	
Seguir protocolos de seguridad		Incumplimiento de normas de seguridad	

Nota: Elaboración Propia

Operario

DESCRIPCIÓN DE CARGO NIVEL PROFESIONAL			
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo	Operario	Cargo del jefe inmediato	Supervisor de Obra

Horario	Lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 12: 00pm y 2:00pm a 6:00 p.m. Sábados de 8:00am a 2:00pm	Tipo de contrato	Por obra o labor
Profesión	Obrero especializado o ayudante de construcción	Especialización u otros estudios	N/A
Experiencia laboral	1 a 2 años en actividades de construcción o como operario		
MISIÓN			
Ejecutar las tareas de construcción de acuerdo con las instrucciones del supervisor, asegurando el cumplimiento de los plazos y la calidad del trabajo.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Qué debe hacer ?	Para qué lo debe hacer ?	Indicadores de gestión o de desempeño.	
Ejecutar tareas de construcción	Garantizar la correcta instalación y armado de estructuras.	Cumplimiento de los plazos establecidos	
Manejar herramientas y materiales	Asegurar el uso eficiente y seguro de los recursos.	Reducción de accidentes laborales	
Mantener el orden en el área de trabajo.	Evitar retrasos y accidentes en la obra.	Cumplimiento con las normas de seguridad.	
INFORMES PERIÓDICOS GENERADOS POR EL CARGO			

Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (Confidencial, privado, Público)
Informe de actividades	Diario	Supervisor de Obra	Privado
Informe de avances diarios	Diario	Supervisor de Obra	Privado
SISTEMAS A LOS QUE TIENE ACCESO			
N/A (Trabajo en campo)			
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con las tareas asignadas por el supervisor		Incumplir con los tiempos y calidades de trabajo establecidos	
Utilizar adecuadamente los equipos y materiales.		Uso inadecuado de herramientas y maquinaria.	
Mantener el área de trabajo limpia y segura		Ignorar las normas de seguridad laboral	

Nota: Elaboración Propia

Portafolio de Servicios

Introducción al Portafolio

Constructora Adriana Rivera SAS es una empresa con amplia trayectoria en el sector de la construcción, comprometida con el desarrollo y ejecución de proyectos innovadores y sostenibles. Nos especializamos en la construcción de edificaciones residenciales y no

residenciales, así como en obras de infraestructura y urbanismo. Nuestro enfoque se basa en la calidad, la seguridad y el cumplimiento de los estándares normativos, garantizando soluciones arquitectónicas y de ingeniería adaptadas a las necesidades de nuestros clientes.

Categorías de Servicios

Para brindar una oferta integral en el sector de la construcción, nuestro portafolio de servicios se divide en las siguientes categorías:

1. Construcción de Edificaciones Residenciales

- Diseño y construcción de viviendas unifamiliares y multifamiliares.
- Desarrollo de proyectos de vivienda.
- Urbanizaciones y condominios cerrados.

2. Construcción de Edificaciones No Residenciales

- Centros comerciales, oficinas y edificios empresariales.

Compromiso y calidad

En Constructora Adriana Rivera SAS , nos distinguimos por nuestro compromiso con la excelencia, el cumplimiento de plazos y la satisfacción del cliente. Contamos con un equipo altamente calificado y tecnología de punta para garantizar proyectos eficientes, seguros y sostenibles.

Propuesta Portafolio de Servicios

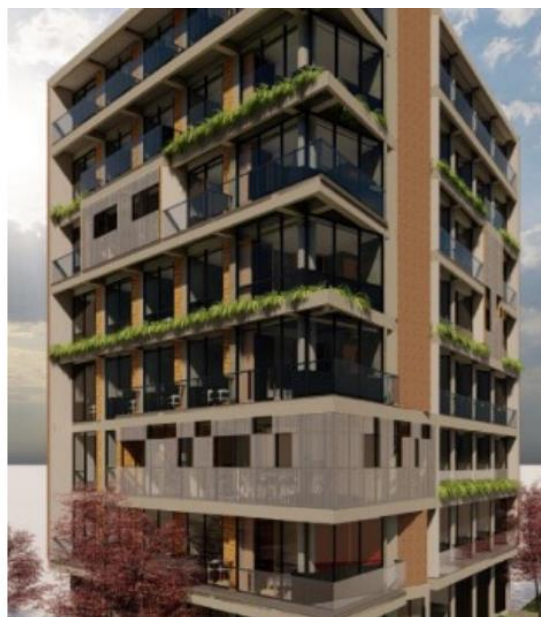


Estamos considerados como una de las firmas más pujantes de la construcción en el Cauca, por la calidad de nuestros proyectos y ante todo por la solvencia moral de la empresa en el sector.

Nota: Elaboración Propia

PRESENTACIÓN

03 - PORTAFOLIO



MISIÓN



Nota: Elaboración Propia



Somos una empresa nacional con importante participación en el mercado regional, dedicado a la construcción de proyectos inmobiliarios de inversión en finca raíz y obras de infraestructura, que crea valor a nuestros clientes, colaboradores, con pasión y excelencia. Nos distinguimos por tener visión, ser innovadores y especialmente un gran compromiso con la calidad del producto; cimentando respeto y honestidad con nuestros clientes internos y externos, apoyados también en nuestro valioso talento humano.

04 - PORTAFOLIO

VISIÓN



Seremos reconocidos como una empresa seria y cumplida que logra los más altos estándares de calidad y genera la más alta valorización a sus clientes, creando excelentes obras que brindaran a los usuarios seguridad, comodidad y bienestar. Contaremos con una cultura organizacional compacta y unificada centrada en el perfeccionamiento personal y profesional de nuestro equipo de trabajo para llevar por buen camino el crecimiento de la empresa.

05 - PORTAFOLIO

VALORES



Transparencia y honestidad, respeto a sus empleados, comunicación asertiva, actitud de servicio, trabajo en equipo, compromiso, calidad, lealtad.

07 - PORTAFOLIO

Nota: Elaboración Propia

NUESTROS SERVICIOS



- Construcción de Edificaciones Residenciales
- Construcción de Edificaciones No Residenciales



08 - PORTAFOLIO

COMPROMISO Y CALIDAD



En Constructora Adriana Rivera SAS , nos distinguimos por nuestro compromiso con la excelencia, el cumplimiento de plazos y la satisfacción del cliente. Contamos con un equipo altamente calificado y tecnología de punta para garantizar proyectos eficientes, seguros y sostenibles.

09 - PORTAFOLIO

Nota: Elaboración Propia

Segmentación de la Empresa

Constructora Adriana Rivera S.A.S se especializa en el desarrollo y ejecución de proyectos de construcción, brindando soluciones habitacionales, comerciales y de infraestructura para diversos segmentos de clientes. Sus servicios están dirigidos a familias, inversionistas, empresas y entidades gubernamentales que buscan edificaciones de calidad, con diseño innovador y sostenibles en el tiempo.

Los clientes potenciales de la empresa incluyen jóvenes en busca de su primera vivienda, familias que desean mejorar su calidad de vida a través de proyectos urbanísticos, así como empresas y gobiernos que requieren obras civiles e infraestructura. La empresa ofrece un portafolio de servicios adaptable a diferentes necesidades, garantizando seguridad, cumplimiento y altos estándares de construcción.

Criterios de segmentación

Tabla 1

Variable Geográfica

Criterios de Segmentación	Segmentación
Departamento	Cauca
Municipio	Popayán
Zona Administrativa	Calle 14N # 6-53
Ubicación	Barrio El Recuerdo

Número de Habitantes	Ponderación del 2018 aproximadamente 318.059 (información tomada del DANE)
Número de familias	Ponderación del 2018, aproximadamente 102.600 (información tomada del DANE)

Tabla 2***Variable Demográfica***

Criterio de segmentación	Segmento
Edad	Jóvenes 25-35 años Adultos jóvenes 36-50 años Adultos mayores 51+ años
Género	Femenino, Masculino.
Ingreso	Desde 2 salarios mínimos en adelante
Estado Civil	Solteros, Casados, Familias con hijos
Ocupación	Profesionales, Empresarios, Funcionarios públicos, Trabajadores independientes
Nivel de Educación	Bachillerato, Universitario, Posgrado

Tabla 3*Variable psicográfica*


Criterio de segmentación	Segmentación
Motivos y valores de la persona	Buscan seguridad, calidad de vida, inversión a largo plazo, proyectos sostenibles, exclusividad y buena ubicación.
Pensamiento, sentimientos	Valoran la importancia de una vivienda cómoda, eficiente y segura. Buscan proyectos que les generen confianza y rentabilidad.
Estilo de vida	Familiar, ejecutivo, inversionista, sostenible, moderno.



Tabla 4*Variable Conductual*



Criterio de segmentación	Segmentación
Frecuencia de compra	Compradores de primera vivienda (ocasional). Inversionistas recurrentes. Empresas o entidades gubernamentales que contratan periódicamente obras civiles.
Lugar de compra	Oficinas comerciales, contacto directo con la empresa.



Motivo de compra	<p>Por necesidad (primera vivienda).</p> <p>Por inversión (valorización y rentabilidad).</p> <p>Por expansión (familias que buscan mayor comodidad).</p>
Modo de utilización del producto	Vivienda propia, alquiler, comercialización de inmuebles, infraestructura para negocios y oficinas.

Competencia de la Empresa

NOMBRE	LOGO	PORTAFOLIO	DIRECCIÓN	VENTAJA COMPETITIVA
Constructora GRACOL S.A.S.		<ul style="list-style-type: none"> - Proyectos de Vivienda. - Proyectos Comerciales. 	<p>Cra. 17 #19n - 238,</p> <p>Comuna 1</p>	<p>Incorporan diseños arquitectónicos modernos y funcionales, adaptándose a las tendencias actuales y garantizando la durabilidad y estética de sus construcciones.</p>

Constructora ARINSA		<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de Proyectos de Vivienda. - Proyectos Comerciales e Institucionales. - Servicios de Diseño Arquitectónico y Urbanístico. - Asesoría en Inversión Inmobiliaria. 	C.C.Campanario Oficina 301, Popayán, Colombia	Experiencia y Trayectoria. Con más de 26 años en el mercado, ARINSA ha consolidado una sólida reputación en la construcción de proyectos residenciales y comerciales en Popayán y otras regiones.
Inmobiliaria SIMBRA S.A.S.		<ul style="list-style-type: none"> -Proyectos de vivienda. -Venta y arriendo de inmuebles. -Proyectos comerciales e industriales. 	Calle 80 N # 7-215	Desarrollan proyectos en zonas estratégicas con potencial de valorización

Constructora MADECONS S.A.		<p>-Proyectos de Vivienda.</p> <p>- Proyectos de Infraestructura Comercial.</p> <p>- Proyectos de Infraestructura</p>	<p>CL 3 No. 5-56 Of. 201 Edificio Colonial.</p>	<p>Experiencia y Trayectoria: Más de tres décadas en el sector de la construcción respaldan su conocimiento y adaptabilidad a las demandas del mercado regional.</p>
Constructora Modular Popayan		<p>- Diseño y Construcción de Casas Campestres Modulares.</p> <p>- Casas Prefabricadas en Obra Gris.</p>	<p>Cra. 8 # 8n - 17</p>	<p>Su enfoque en técnicas de construcción modular les permite ofrecer viviendas de alta calidad con tiempos de construcción reducidos y costos optimizados.</p>

Grupo Empresarial DIC S.A.S		<ul style="list-style-type: none"> - Proyectos de Vivienda. - Construcción en Lote Propio. - Asesoría Personalizada. 	Cl. 14 Nte. #8-54 .	Ofrecen la posibilidad de construir en terrenos propios de los clientes, proporcionando flexibilidad y adaptabilidad en el diseño y ejecución de las viviendas.
Constructora Open House		<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de Proyectos de Vivienda. - Servicios Inmobiliarios. 	Carrera 6A # 14n-25 Barrio el recuerdo.	Ofrecen una amplia gama de proyectos que abarcan diferentes segmentos del mercado, desde viviendas de interés social hasta proyectos no VIS, permitiendo

				atender a una diversa clientela.
--	--	--	--	-------------------------------------

Nota: Elaboración propia

Modelo de Negocio Canvas Constructora Adriana Rivera S.A.S



Nota: Elaboración propia

Diagnóstico de la Empresa

Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Amplia experiencia en el sector de la construcción.	D1. Dependencia de proveedores externos para materiales.
	F2. Equipo profesional altamente calificado.	D2. Costos elevados en proyectos grandes.
	F3. Uso de materiales de alta calidad y certificación.	D3. Falta de diversificación en otros sectores de la construcción.
	F4. Cumplimiento de normativas y estándares de seguridad.	D4. Posibles retrasos en la entrega de proyectos por factores externos.
	F5. Buena reputación en el mercado local.	D5. Recursos financieros limitados para expansión.
	F6. Innovación en diseño y construcción sostenible.	
OPORTUNIDADES	(ESTRATEGIAS FO)	(ESTRATEGIAS DO)
O1. Crecimiento del sector inmobiliario y aumento de la demanda de vivienda.	(F1, O2) Aprovechar la experiencia en construcción para generar alianzas estratégicas con inmobiliarias y entidades	(O2, D1) Establecer relaciones directas con fabricantes para reducir la dependencia de proveedores externos.

<p>O2. Alianzas estratégicas con inmobiliarias y entidades financieras.</p> <p>O3. Acceso a nuevas tecnologías para optimizar procesos de construcción.</p> <p>O4. Expansión a nuevos mercados regionales.</p> <p>O5. Participación en licitaciones gubernamentales.</p>	<p>financieras, facilitando el acceso a nuevos clientes.</p> <p>(F3, O3) Implementar nuevas tecnologías en los procesos constructivos, garantizando eficiencia y reducción de costos.</p> <p>(F5, O4) Expandirse a mercados regionales aprovechando la buena reputación en el sector.</p> <p>(F6, O5) Utilizar la innovación en diseño para desarrollar proyectos que cumplan con los requisitos de licitaciones gubernamentales.</p>	<p>(O3, D3) Diversificar los servicios de construcción utilizando tecnologías innovadoras.</p> <p>(O4, D4) Optimizar la planificación de proyectos para reducir riesgos de retrasos externos.</p> <p>(O5, D5) Buscar financiamiento para ampliar la capacidad de inversión y crecimiento.</p>
AMENAZAS	(ESTRATEGIAS FA)	(ESTRATEGIAS DA)
<p>A1. Competencia creciente de otras constructoras.</p>	<p>(F2, A1) Destacar la calidad y profesionalismo del</p>	<p>(A1, D1) Buscar proveedores alternativos</p>

A2. Aumento en los costos de materiales y mano de obra.	equipo para diferenciarse de la competencia. (F4, A3) Asegurar el cumplimiento normativo mediante actualizaciones constantes en legislación de construcción.	para evitar dependencia en la compra de materiales. (A2, D2) Optimizar costos mediante tecnologías eficientes en el uso de materiales.
A3. Cambios en normativas gubernamentales que afecten la construcción.		
A4. Factores climáticos que puedan retrasar las obras.	(F5, A2) Negociar contratos de compra a largo plazo con proveedores para mitigar el impacto de los aumentos de precios.	(A3, D3) Adaptar rápidamente los proyectos a nuevas regulaciones para evitar retrasos.
A5. Fluctuaciones económicas que reduzcan la inversión en infraestructura y vivienda.	(F6, A4) Utilizar materiales y técnicas de construcción adaptadas a las condiciones climáticas adversas.	(A5, D4) Crear estrategias de contingencia para enfrentar crisis económicas y mantener la operatividad.

Nota: Elaboración propia

Misión y Visión de la Empresa

De acuerdo al desarrollo del presente trabajo se propone las siguiente. Misión y visión

Interrogantes Misión

- ¿Para quién lo hacemos?

Para nuestros clientes, incluyendo familias, inversionistas, empresas privadas y entidades gubernamentales, proporcionando soluciones constructivas innovadoras, seguras y sostenibles que mejoren la calidad de vida y el desarrollo urbano.

- ¿Como lo hacemos?

A través de un equipo de profesionales altamente capacitados, el uso de materiales de alta calidad, cumplimiento de normativas vigentes y la implementación de nuevas tecnologías en construcción para garantizar eficiencia y sostenibilidad en cada proyecto.

- ¿Para qué lo hacemos?

Para contribuir al crecimiento del sector de la construcción, ofreciendo espacios funcionales, modernos y seguros, que impacten positivamente en el entorno y en la vida de las personas, promoviendo el desarrollo sostenible y la innovación en la industria.

Misión

Brindar soluciones constructivas innovadoras y sostenibles que garanticen calidad, seguridad y cumplimiento en cada proyecto. Nos enfocamos en el desarrollo de edificaciones residenciales, comerciales e infraestructura con altos estándares de ingeniería y arquitectura, impulsando el bienestar de nuestros clientes y el crecimiento del sector.

Interrogantes Visión

- ¿Qué perseguimos?

Buscamos consolidarnos como una de las constructoras líderes en la región, reconocida por la excelencia en la ejecución de obras, el compromiso con la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

¿Dónde y cuándo deseamos crecer?

Aspiramos a expandir nuestra cobertura en los próximos cinco años, fortaleciendo nuestra presencia en el mercado local y regional, implementando estrategias de crecimiento sostenible e innovación en la construcción.

Visión

Ser en cinco años una de las empresas constructoras más reconocidas en la región, destacándonos por la calidad de nuestros proyectos, el cumplimiento de los más altos estándares en construcción y nuestro compromiso con la sostenibilidad. Buscamos transformar el entorno urbano con edificaciones eficientes e innovadoras, generando valor para nuestros clientes y contribuyendo al desarrollo de las comunidades.

Imagen Corporativa

Logotipo



Colores corporativos

Los colores corporativos de Constructora Adriana Rivera S.A.S, Naranja y Gris, reflejan la identidad y valores de la marca.

Naranja

- Representa energía, dinamismo y creatividad.
- Transmite confianza, entusiasmo y optimismo en los proyectos.
- Asociado con la innovación y la capacidad de adaptación a nuevos desafíos.

Gris

- Simboliza solidez, estabilidad y modernidad.
- Refleja profesionalismo, seriedad y confianza en el sector de la construcción.
- Representa la durabilidad y la estructura en las edificaciones.

Juntos, el Naranja y el Gris crean una identidad visual que transmite:

- Equilibrio entre dinamismo y profesionalismo.
- Modernidad y solidez.
- Compromiso y seguridad.
- Innovación con estructura.
- Visibilidad y confianza.

Esta combinación comunica energía y dinamismo, sin perder la seriedad y confiabilidad que se necesita en una empresa constructora. El naranja llama la atención y

refleja innovación, mientras que el gris aporta un toque de profesionalismo y seguridad.

Actividades de Mercadeo Electrónico a Desarrollar para la Empresa

Marketing en redes sociales- Social Media Manager

Análisis de la situación actual

Constructora Adriana Rivera S.A.S cuenta con presencia en Facebook e Instagram, lo que le permite llegar a su público objetivo de manera digital. Sin embargo, su estrategia de marketing está centrada en la publicidad paga en Facebook Ads, lo que garantiza mayor alcance, pero también representa una dependencia de las campañas pagadas. Para potenciar su presencia digital y optimizar la inversión, es clave combinar estrategias de contenido orgánico con la publicidad pagada.

Objetivo

Maximizar la efectividad de la inversión en Facebook Ads e Instagram Ads, combinando estrategias de contenido orgánico atractivo que refuercen la marca y fomenten la interacción con los clientes. Además, optimizar la segmentación para alcanzar un público más específico e interesado en proyectos de construcción.

Estrategia : Contenido, Publicidad e Interacción

Mejorar la presencia digital de Constructora Adriana Rivera S.A.S y fortalecer el posicionamiento de su oferta inmobiliaria, se implementará una estrategia digital basada en dos

componentes principales: contenido orgánico de valor y publicidad paga segmentada, enfocada en el público interesado en vivienda y proyectos de inversión inmobiliaria.

En primer lugar, el contenido orgánico será utilizado para exhibir los proyectos inmobiliarios de la constructora, urbanizaciones, conjuntos cerrados y proyectos en preventa. Se utilizarán publicaciones visuales en Instagram y Facebook, destacando avances de obra, recorridos en video, planos arquitectónicos, beneficios de inversión y testimonios de clientes. Este contenido permitirá construir confianza, generar interés y educar a los seguidores sobre las oportunidades disponibles.

En segundo lugar, se implementará publicidad paga mediante campañas de Facebook Ads e Instagram Ads, orientadas a personas que estén activamente buscando comprar vivienda, invertir en propiedad raíz o interesados en proyectos inmobiliarios en el departamento del Cauca. Estas campañas estarán segmentadas por edad, ubicación, nivel de ingresos e intereses inmobiliarios, y redirigirán al usuario a un contacto directo por WhatsApp Business o al sitio web de la empresa.

La finalidad de esta estrategia es aumentar la visibilidad de los proyectos inmobiliarios, atraer clientes potenciales calificados y convertir la interacción digital en procesos reales de venta o separación de vivienda. Al combinar contenido atractivo con una segmentación efectiva, se espera consolidar a la empresa como una opción confiable en el mercado de vivienda regional y potenciar sus resultados comerciales a corto y mediano plazo.

Plan de acción global en redes sociales

Objetivo Estratégico:

Mejorar la presencia digital de la empresa y aumentar el número de clientes potenciales interesados en proyectos inmobiliarios, a través de campañas segmentadas y contenido de valor en redes sociales, durante un periodo de tres meses.

Actividades	Responsables	Recursos Necesarios o Materiales	Tiempo	Presupuesto	Indicador
Elección del objetivo de campaña en marketing de la empresa	Social media manager o administrador con conocimientos en marketing digital	Brief de campaña, guía estratégica	1 semana	\$110.000	% de cumplimiento del brief estratégico aprobado (meta $\geq 90\%$)
Identificar criterios de segmentación del mercado inmobiliario y de construcción	Administrador de empresas	Plantilla de segmentación, datos de mercado	2 semana	\$140.000	% de cobertura del mercado objetivo según criterios definidos (meta $\geq 80\%$)

Definir la audiencia o público objetivo para los proyectos de construcción	Administrador con conocimientos en Marketing Digital o Social Media Manager	Fichas de cliente, análisis sociodemográfico	1 semana	\$ 0	Precisión del perfil del público objetivo validado con datos reales (meta $\geq 70\%$)
Elaborar el perfil de comprador (buyer persona) para cada tipo de cliente (familias, inversionistas, empresas)	Administrador de empresas	Plantilla de buyer persona, encuestas y entrevistas	1 semana	\$135.000	% de participación de entrevistas y encuestas aplicadas sobre la muestra esperada (meta $\geq 80\%$)
Definir los objetivos de cada red social (Facebook e Instagram), alineando la estrategia con la audiencia	Administrador con conocimientos en Marketing Digital o Social Media Manager.	Documento de estrategia y análisis de redes	1 semana	\$120.000	Alineación de los objetivos con el perfil del público identificado (validado por revisión interna, meta $\geq 85\%$))

Establecer indicadores de desempeño (KPIs) para medir la efectividad del marketing	Administrador con conocimientos en Marketing Digital o Social Media Manager.	Plantilla de KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento, o Key Performance Indicators), panel de métricas	2 semanas	\$ 125.000	% de KPIs medibles y con línea base definida (meta \geq 85%)
Crear un calendario de publicación de contenido enfocado en proyectos de la empresa	Administrador con conocimiento en Marketing Digital o Social Media Manager.	Formato de calendario, cronograma mensual	1 semana	\$ 40.000	% de publicaciones programadas vs. ejecutadas según calendario (meta \geq 90%)
Diseñar post sobre los proyectos: - Videos: reels, shorts - Imágenes: infografías, testimonios,	Administrador con conocimiento en Marketing Digital o Social Media Manager.	Herramientas de edición, material fotográfico y de video	2 semanas	422.000	Nivel de interacción promedio por post (meta \geq 10% de alcance vs. seguidores)

renders, stories, carruseles y encuestas.					
Seguimiento a redes sociales a través de (KPIs).	Community manager o administrador	Dashboard (panel de control), Meta Business Suite	2 semanas	\$ 125.000	% de métricas monitoreadas y reportadas mensualmente (meta ≥ 95%)
Análisis de resultados en redes sociales y ajustes en la estrategia	Community manager o administrador	Reportes mensuales, comparativos de campañas	2 semanas	\$ 210.000	% de ajustes aplicados vs. recomendaciones estratégicas (meta ≥ 80%)
TOTAL				\$ 1.427.000	

(OpenAI., 2025)

ROI: Retorno de inversión estrategia en redes sociales

CONSTRUCTORA ADRIANA RIVERA SAS		
ROI = [(Ganancia - Inversión)/Inversión] x 100		
Promedio de Ventas Mensuales	\$	90.000.000
Incremento		4,0%
Período		1
Aumento Esperado	\$	3.600.000
Ganacia Neta en 1 mes	\$	3.600.000
Inversión	\$	1.427.000
Ganancia	\$	2.173.000
ROI		52,28%

Interpretación

- **Inversión inicial** es el presupuesto total de \$1.427.000
- **Ganancia:** la ganancia adicional estimada es debido a la inversión en redes sociales.

Estimación ROI, se necesita calcular el incremento en ventas que se espera debido a la inversión. Se supone que, con la estrategia digital y un enfoque en promociones, se logra un incremento del 4% en las ventas mensuales de la Constructora Adriana Rivera SAS en un periodo de 1 mes.

Si el promedio de ventas mensuales actual es \$ 90.000.000, entonces el aumento esperado en ventas sería de: \$3.600.000

El ROI del 52,28% nos menciona que, por cada peso invertido, se espera generar \$0,5228 adicionales en beneficios. Esta proyección sugiere que la estrategia en redes sociales es una inversión rentable a corto plazo, con la posibilidad de captar una mayor audiencia y aumentar las ventas mensuales del supermercado.

Redes sociales

Hoy en día, tener presencia en redes sociales ya no es una opción, sino una necesidad para cualquier empresa que quiera crecer, conectar con su audiencia y destacar frente a la competencia. En el caso de Constructora Adriana Rivera S.A.S, las plataformas como Facebook e Instagram representan una oportunidad valiosa para mostrar el trabajo que se realiza, reforzar la confianza de los clientes y posicionarse como una constructora moderna, sólida y comprometida con la calidad.

Este plan de acción en redes sociales se ha pensado específicamente para apoyar el crecimiento de la empresa en el entorno digital. La idea es aprovechar al máximo los recursos que ya se tienen como las cuentas activas en Facebook e Instagram y fortalecerlos con contenido bien pensado, campañas publicitarias estratégicas y una comunicación clara con el público objetivo.

A través de publicaciones periódicas, fotografías y videos de obras en curso o terminadas, testimonios de clientes y datos útiles sobre construcción e inversión, se busca crear una comunidad digital más cercana, activa y confiada en los servicios que ofrece la constructora. Además, se propone integrar un canal directo de contacto como WhatsApp Business, para que los interesados puedan resolver dudas o solicitar cotizaciones de forma más rápida y personalizada.

El siguiente cuadro detalla una serie de actividades clave para desarrollar esta estrategia. Cada tarea se alinea con objetivos concretos: desde ganar más visibilidad en el mercado regional, hasta generar mayor interacción con el público y atraer nuevos clientes o inversionistas.

Actividades: Son las acciones puntuales que se deben realizar, como el diseño del contenido, la programación de publicaciones, la segmentación de campañas y el análisis de resultados.

Responsables: Se asignan funciones específicas a personal con conocimientos en redes sociales y marketing digital para asegurar un trabajo profesional y enfocado.

Tiempo de ejecución: Se estima un tiempo razonable para cada tarea, organizando el proceso de forma clara y eficiente.

Presupuesto: Cada actividad cuenta con un valor estimado que ayudará a planificar mejor la inversión en publicidad y contenido.

Beneficios esperados: Se describen los resultados que se buscan, como aumentar el número de seguidores, mejorar la interacción o generar más consultas.

Tiempo promedio de resultados: Se establece una idea general de cuánto tiempo podría tomar empezar a ver frutos reales de la estrategia.

Frecuencia de publicación: Se sugiere una rutina constante de publicaciones para mantener presencia en redes y atraer la atención de forma permanente.

Facebook



Objetivo:

Lograr que Constructora Adriana Rivera S.A.S sea reconocida en la región como una opción confiable, moderna y profesional en el sector de la construcción, destacando sus proyectos, su equipo y la calidad de su trabajo a través de una presencia activa en Facebook.

Estrategia:

Usar Facebook como un canal para compartir contenido que hable bien de la marca: imágenes de obras terminadas, avances de proyectos, recomendaciones útiles para quienes quieren construir o invertir, y promociones relacionadas con lanzamientos. También se aprovechará la herramienta de publicidad paga para llegar a más personas con intereses específicos en vivienda e inversión inmobiliaria.

Plan de acción Facebook

Actividades	Responsable	Tiempo	Recursos Necesarios o Materiales	Beneficios esperados	Tiempo promedio beneficios	Presupuesto	Indicador	Frecuencia de publicación
Creación de página de Facebook	Social media manager o administrador	1 <u>Semana</u>	Acceso a Facebook, logotipo, descripción de empresa, imágenes de portada	Página lista para recibir seguidores y prospectos, fortaleciendo la presencia digital de la Constructora.	Corto plazo	\$ 0	% de elementos configurados correctamente (meta \geq 100%)	Una vez
Diseño de estrategia de contenidos	Administrador con conocimiento en marketing	2 <u>Semanas</u>	Manual de marca, ejemplos de publicaciones, calendario base	Definición de tipo de publicaciones y estilo visual; coherencia en la	Corto plazo	\$55.000	% de aprobación del plan de	Una vez

	ng digital			comunicación de marca.			conten ido (meta ≥ 90%)	
Desarrollo de contenido s imágenes, videos y textos	Social media manager o administ rador con conocim ientos en marketi ng Digital	2 Semana s	Software de diseño, banco de imágenes, videos de obras, testimonios	Aumento en interacción y visibilidad con contenido atractivo que involucre a los clientes, mejorando el reconocimiento de marca y conexión con la audiencia.	Corto plazo	\$170,000	% de aumen to en interac ciones vs. conten ido anteri or (meta ≥ 15%)	2 veces por semana
Publicacio nes Regulares de promocio nes y ofertas	Social media manager o administ rador con conocim ientos en marketi ng Digital	1 Semana	Catálogo de servicios, calendario promocional, material visual de apoyo	Aumento en las ventas gracias a promociones, fidelización de clientes por contenido relevante y efectivo.	Corto plazo	\$120,000	% de clics por public ación promo cional (meta ≥ 10%)	3 veces por semana

Publicidad paga por medio de anuncios segmentados. (Facebook Ads)	Administrador	A partir del quinto mes	Cuenta de Facebook Ads, segmentación definida, textos e imágenes promocionales	Expansión de la audiencia y alcance local; incremento de seguidores y visitas a la tienda física mediante campañas pagadas bien segmentadas.	Mediano plazo	\$60,000 varia	CTR (Click Through Rate) de campaña (meta \geq 2.5%)	1 anuncio cada 15 días
Interacción con la audiencia (respuestas y mensajes)	Social media manager o administrador	continuo	Plantilla de respuestas, notificaciones activas, acceso constante a mensajes	Mayor fidelización al responder consultas y comentarios; mejora en la percepción del servicio al cliente.	Mediano plazo	\$ 0 interno	Tiempo medio de respuesta \leq 12h y 100% de comentarios respondidos	Diario
Análisis de resultados y ajustes de estrategia	Social media manager o administrador	Mensual	Reportes mensuales (Meta Business Suite), datos de	Mejora continua mediante revisión de métricas (alcance, engagement)	Mediano plazo	\$ 20,000	de mejora mensual en engag	Una vez

			engagement, tráfico	para optimizar el contenido; aumento progresivo en seguidores y visitas.			ement o alcanc e (meta ≥ 10%)	
TOTAL						\$425.000		

(OpenAI, 2025)

CONSTRUCTORA ADRIANA RIVERA SAS		
ROI = [(Ganancia - Inversión)/Inversión] x 100		
Promedio de Ventas Mensuales	\$	90.000.000
Incremento		1%
Período		1
Aumento Esperado	\$	900.000
Ganacia Neta en 1 mes	\$	900.000
Inversión	\$	425.000
Ganancia	\$	475.000
ROI		111,76%

Durante el periodo analizado, la Constructora Adriana Rivera SAS realizó una inversión de \$425.000, la cual generó ingresos por un total de \$900.000. Esto permitió no solo recuperar completamente el capital invertido, sino también obtener una ganancia adicional de \$475.000.

Este resultado se traduce en un Retorno sobre la Inversión (ROI) del 111,76%, lo que indica que, por cada peso invertido, la empresa obtuvo un rendimiento neto de \$1,11. Este nivel de rentabilidad refleja una gestión eficiente de los recursos destinados a la campaña y respalda la viabilidad de repetir o escalar la estrategia implementada.

Instagram



Objetivo

Aumentar la visibilidad de la marca y posicionar a Constructora Adriana Rivera S.A.S como una empresa moderna, confiable y cercana, mediante una presencia activa y visualmente atractiva en Instagram.

Estrategia

Aprovechar el potencial visual de Instagram para compartir contenido que inspire confianza y profesionalismo, mostrando fotos y videos de proyectos en ejecución, obras terminadas, detalles de diseño y testimonios de clientes satisfechos. Se utilizará un lenguaje cercano y motivador que conecte emocionalmente con el público, impulsando la interacción y generando mayor interés en los servicios de construcción e inversión inmobiliaria. La clave será mantener una presencia constante, con contenido de calidad que refleje el compromiso y la experiencia de la empresa.

Actividades	Responsable	Tiempo	Recursos Necesarios o Materiales	Beneficio esperado	Tiempo promedio	Presupuesto	Indicador	Frecuencia de publicación
Creación de la página de Instagram	Social media manager o administrador	1 Semana	Logotipo, descripción de perfil, foto de	Establecer presencia digital en Instagram	Corto plazo	\$ 0	% de elementos configurados y activos en el perfil	Una vez

			portada, enlace de contacto				(meta \geq 100%)	
Diseño de estrategia de contenido	Administrador con conocimiento en marketing digital o Social media manager	1 Semana	Plantilla de diseño, paleta de colores, guía de estilo	Definición de estilo de publicación visual	Corto plazo	\$ 30.000	% de coherencia visual aplicada en las primeras 5 publicacione s (meta \geq 90%)	Una vez
Creación de contenido visual, fotos y videos.	Fotógrafo, Diseñador Gráfico	2 semanas inicial, luego continuo	Cámara profesion al, editor gráfico, banco de imágenes , reels grabados	Mejorar imagen de marca y aumentar la interacción	Corto plazo	\$ 130.000	% de aumento en interacciones promedio vs. mes anterior (meta \geq 15%)	2 veces por seman a
Publicación de historias interactivas, encuestas, preguntas	Administrador con conocimiento en marketing digital o Social media manager	Diario	Plantilla de historias, stickers de interacció n, programa ción de publicaci ones	Incrementar la participación de los seguidores	Corto plazo	\$ 30.000	Tasa de respuesta en historias (meta \geq 20% de visualizacion es)	Diario

Campañas de promoción y publicidad	Administrador con conocimiento en marketing digital o Social media manager	Cada mes	Cuenta en Meta Ads, segmentación, textos publicitarios e imágenes promocionales	Aumentar la visibilidad, atraer más seguidores y generar ventas	Corto plazo	\$ 50 000	CTR (Click Through Rate) \geq 2.5%, aumento mensual de seguidores \geq 10%	Mensual
Descuentos y promociones exclusivas para seguidores	Social media manager o administrador	Cada mes	Calendario promocional, diseño de flyers, códigos de descuento	Atraer clientes y aumentar ventas	Corto plazo	\$ 50 000	% de ventas atribuidas a promociones (meta \geq 20%) (OpenAI., 2025)	Mensual o según ocasión
Interacción constante con seguidores, comentarios, mensajes	Administrador con conocimiento en marketing digital	Diario	Acceso a la cuenta, alertas activadas, manual de respuestas	Fomentar la fidelización y mantener la relación con clientes	Corto plazo	\$ 0	Tiempo medio de respuesta \leq 12h y 100% de interacciones respondidas	Diario
Análisis de resultados de la página	Social media manager o	Cada mes	Reportes de métricas	Mejorar la estrategia de contenido	Corto plazo	\$ 40 000	% de mejoras aplicadas	Mensual

	administrador		(Instagram Insights), comparativo de rendimiento				según reportes mensuales (meta \geq 80%)	
TOTAL						\$ 330.000		

CONSTRUCTORA ADRIANA RIVERA SAS			
ROI = [(Ganancia - Inversión)/Inversión] x 100			
Promedio de Ventas Mensuales	\$	90.000.000	
Incremento			1%
Período			1
Aumento Esperado	\$	900.000	
Ganacia Neta en 1 mes	\$	900.000	
Inversión	\$	330.000	
Ganancia	\$	570.000	
ROI			172,73%

Durante el periodo analizado, la Constructora Adriana Rivera SAS realizó una inversión de \$330.000, la cual generó ingresos por un total de \$900.000. Esto permitió no solo recuperar completamente el capital invertido, sino también obtener una ganancia adicional de \$570.000.

Este resultado se traduce en un Retorno sobre la Inversión (ROI) del 172,73%, lo que indica que, por cada peso invertido, la empresa obtuvo un rendimiento neto de \$1,72. Este nivel de rentabilidad refleja una gestión eficiente de los recursos destinados a la campaña y respalda la viabilidad de repetir o escalar la estrategia implementada.

Horas para publicar en redes sociales y recomendaciones para subir contenido.

LAS MEJORES HORAS PARA PUBLICAR EN REDES SOCIALES

FACEBOOK



Días recomendados:
Jueves y Viernes
Horario óptimo: 9:00 a.m. – 12:00 p.m.
Las personas interesadas en proyectos de vivienda suelen estar más activas hacia el final de la semana, buscando oportunidades e inspiración.

INSTAGRAM



Días recomendados:
Miércoles, Jueves y Viernes
Horario óptimo: 10:00 a.m. – 3:00 p.m.
Ideal para publicar avances de obras, diseños arquitectónicos e imágenes que generen confianza y despierten interés.

Nota: Elaboración propia

Recomendaciones:



Nota: Elaboración propia,

Información del contenido: (EUDE, EL INFORME SOBRE LAS TENDENCIAS DIGITALES: WeAreSocial)

Sitio web (web site)***Análisis de la situación actual***

Actualmente, la Constructora Adriana Rivera S.A.S no cuenta con un sitio web oficial, lo que representa una oportunidad de mejora significativa en cuanto a visibilidad digital y posicionamiento en motores de búsqueda. La ausencia de una presencia en línea limita el acceso de potenciales clientes a información clave sobre sus proyectos, servicios, experiencia y trayectoria. En un entorno altamente competitivo, no aparecer en los resultados de búsqueda representa una desventaja frente a otras constructoras que sí cuentan con plataformas digitales optimizadas.

Objetivo

Formalizar una Estrategia General de Optimización para Motores de Búsqueda con el Objetivo de Mejorar el Posicionamiento Orgánico del Sitio Web de la Constructora Adriana Rivera S.A.S, aumentando su presencia digital y facilitando el acceso a información relevante para potenciales clientes, inversionistas y aliados estratégicos.

Estrategias

Desarrollar una estrategia de marketing digital integral enfocada en el diseño, desarrollo y optimización de su sitio web. Esta estrategia buscará aumentar la visibilidad, atraer tráfico suficiente y mejorar las conversiones en línea. Iniciaremos con un análisis de palabras clave, identificando términos que sean relevantes para la constructora.

Plan de acción

Actividades	Responsable	Tiempo	Recursos necesarios o materiales	Presupuesto	Indicador
Definición del objetivo para la campaña de marketing en Constructora Adriana Rivera S.A.S	Administrador con conocimiento en Marketing Digital o Social Media Manager.	1 Semana	Guía de marca, análisis de mercado, documento de enfoque estratégico	\$ 90.000	% de alineación del objetivo con la estrategia comercial (meta $\geq 90\%$)
Implementación de estrategias de Marketing para visualizar usuarios visitan el sitio web	Administrador con conocimiento en Marketing Digital o Social Media Manager.	2 Semanas	Código de seguimiento, integración con Google Analytics, acceso a la web	\$ 120.000	% de aumento de visitas web mensuales (meta $\geq 25\%$), tasa de rebote $< 50\%$
Establecer objetivos claros y medibles, para aumentar el tráfico, las conversiones y el reconocimiento de la marca.	Administrador con conocimiento en Marketing Digital o Social Media Manager.	1 Semana	Plantilla de KPIs, benchmark de marca, análisis comparativo	\$ 80.000	% de cumplimiento de metas parciales en KPIs clave (meta $\geq 85\%$)
Hacer seguimiento por medio de Google Ads	Administrador con conocimiento en Marketing Digital o Social Media Manager.	1 Semana	Cuenta de Google Ads activa, campañas diseñadas, presupuesto configurado	\$ 120.000	Tasa de conversión por campaña (meta $\geq 3\%$) y CTR (Click Through Rate $\geq 2.5\%$)x
Realizar ajustes mensuales en las	Administrador con conocimiento en	4 Días	Reportes mensuales, panel	\$ 0	% de KPIs mejorados después

estrategias de marketing, basándose en los resultados obtenidos. Esto incluiría cambios en el presupuesto de publicidad, el enfoque SEO y el contenido del sitio web.	Marketing Digital o Social Media Manager.		de indicadores, calendario de ajustes.		de cada ajuste mensual (meta \geq 80%)
Iniciar programas de responsabilidad social que mejoren la relación con la comunidad.	Administrador	1 Semana	Plan de actividades comunitarias, material informativo, cronograma	\$ 120.000	Participación comunitaria lograda sobre la convocatoria (meta \geq 70%) y número de beneficiarios impactados (OpenAI., 2025)
PRESUPUESTO TOTAL PLAN DE ACCIÓN				\$ 530.000	

Nota: Elaboración propia

CONSTRUCTORA ADRIANA RIVERA SAS		
ROI = [(Ganancia - Inversión)/Inversión] x 100		
Promedio de Ventas Mensuales	\$	90.000.000
Incremento		1%
Período		1
Aumento Esperado	\$	989.910
Ganacia Neta en 1 mes	\$	989.910
Inversión	\$	530.000
Ganancia	\$	459.910
ROI		86,78%

Durante el periodo analizado, la Constructora Adriana Rivera SAS realizó una inversión de \$530.000, la cual generó ingresos por un total de \$989.000. Esto permitió no solo recuperar completamente el capital invertido, sino también obtener una ganancia adicional de \$459.000.

Este resultado se traduce en un Retorno sobre la Inversión (ROI) del 86,78%, lo que indica que, por cada peso invertido, la empresa obtuvo un rendimiento neto de \$0,8678. Este nivel de rentabilidad refleja una gestión eficiente de los recursos destinados a la campaña y respalda la viabilidad de repetir o escalar la estrategia implementada.

Captura de pantalla sitio web y dirección sitio web.

<https://anyisalamanca.wixsite.com/constructora-adria-1>



Cronograma de Ejecución del plan de Mercadeo Electrónico

Herramientas de mercadeo electrónico	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes	9 mes	10 mes	11 mes
Sitio web(web Site)								X	X	X	X
Marketing en Redes Sociales (Social Media Marketing)								X	X	X	X

Presupuesto Global del Plan de Mercadeo Digital

Herramienta de mercadeo electrónico	Inversión
Sitio web (web site)	\$ 530.000
Marketing en Redes Sociales (Social Media Marketing)	\$755.000
Total	\$1.510.000

Conclusiones

La elaboración del plan de marketing digital para Constructora Adriana Rivera S.A.S ha permitido evidenciar la importancia de integrar estrategias digitales como una herramienta clave para proyectar la marca, optimizar la comunicación y ampliar el alcance comercial. En un sector tan competitivo como el de la construcción, una presencia sólida en redes sociales y en buscadores se convierte en un recurso estratégico para fortalecer la imagen corporativa y captar nuevos clientes.

El entorno digital actual exige que las empresas constructoras no solo destaquen por la calidad de sus obras, sino también por la forma en que comunican su experiencia, avances y resultados. El contenido visual como fotografías profesionales de proyectos terminados, videos de avances de obra e infografías técnicas; desempeña un papel determinante para generar confianza, mostrar transparencia y conectar con una audiencia cada vez más visual y exigente.

Además, el uso efectivo de plataformas como Instagram, Facebook y un sitio web profesional permite no solo incrementar la visibilidad de los servicios, sino también establecer vínculos duraderos con potenciales clientes e inversionistas. Estas herramientas no deben verse como simples canales de difusión, sino como espacios interactivos donde la marca puede escuchar, aprender y adaptarse a las necesidades del mercado.

Finalmente, es fundamental implementar un sistema de monitoreo constante de las métricas digitales, que permita evaluar el comportamiento del público, sus intereses y preferencias. Esta información resulta valiosa para ajustar la oferta de servicios, identificar oportunidades de crecimiento y construir una estrategia de marketing coherente, alineada con los objetivos de la empresa y con las expectativas del cliente actual.

Bibliografía

EUDE. (s.f.). EL INFORME SOBRE LAS TENDENCIAS DIGITALES: WeAreSocial.

EUDE. (s.f.). Social media Estrategy.

OpenAI. (2025). ChatGPT (versión GPT-4).

SAS, A. R. (s.f.). CONSTRUCTORA INMOBILIARIA ADRIANA RIVERA SAS.