Propuesta de estrategia digital
2026

MÍTIKA
APARTAMENTOS

UN PROYECTO QUE PIENSA EN LO QUE MÁS QUIERES

Growth marketing para Mítika Apartamentos · Zipaquirá
Preparada por Color Ads para Actual Inmobiliaria

Un área de growth para Mítika, **enfocada en visitas y ventas.**

Llevamos compradores calificados de la pauta a la sala de negocios y medimos cada venta, con el mismo sistema con el que hoy operamos Vecta 98 para Actual.

01- **Pauta con filtro:** llegamos solo a quien puede comprar: zona, ingresos e intención. Calidad sobre volumen.

02- **Contacto en minutos:** WhatsApp automático con el nombre de Mítika apenas llega el lead, y entrega inmediata al asesor.

03- **Medición hasta la venta:** HubSpot y tablero en tiempo real; optimizamos por cita y por venta, no por registro.

04- **Contenido real y acompañamiento:** 8 anuncios al mes, rodaje trimestral y sesiones quincenales con el equipo comercial.



META POR PROYECTO

2 ventas al mes, como mínimo

Desde el tercer mes, la pauta aporta más de la mitad; el resto, la sala de negocios, los referidos y la base de Actual.

Un producto sólido, **con un comprador claro y cercano.**

59–83 m²

RANGO DE ÁREAS

2 y 3 habitaciones, con acabados y balcón.

$427 M

COTIZACIÓN DE REFERENCIA

Tipo C de 81 m², torre 8. Entrega en diciembre de 2027.

$10,5 M

INGRESOS QUE PIDE EL CRÉDITO

Cuota inicial del 30% y crédito del 70% a 15 años.

8 torres

ESCALA DEL PROYECTO

12 pisos, 19 zonas comunes y más de 6.000 m² de zonas verdes.

LA LECTURA DE COLOR ADS

El comprador vive cerca: en la Sabana y en el norte de Bogotá

Un hogar con ingresos desde $10,5 millones que quiere casa propia con club. Lo buscamos por zona, ingreso y momento de vida, y le decimos desde el primer anuncio **dónde queda, cuánto cuesta y cuándo se entrega**.



Vista aérea del proyecto · imagen de la ayuda de ventas de Actual

Tres audiencias, **en el norte de Bogotá y la Sabana.**



PERFIL 1 · 50% DE LA INVERSIÓN

Familias de Zipaquirá y la Sabana Norte

Dónde: Zipaquirá, Cajicá, Tocancipá, Cogua, Nemocón, Sopó y Ubaté.
Quién: hogares de 28 a 45 años que arriendan y quieren casa propia con club; ingresos desde $10,5 M.
Mensaje: 3 habitaciones con club house, con precio y cuota a la vista.
Canales: Instagram, Facebook y Google Search.



PERFIL 2 · 30% DE LA INVERSIÓN

Bogotanos del norte que buscan espacio

Dónde: Suba, Usaquén y Chía.
Quién: parejas y familias de 25 a 45 años que trabajan en la Sabana o en modalidad híbrida.
Mensaje: más metros y 6.000 m² de zonas verdes, a 34 km de Bogotá.
Canales: Instagram, Facebook y remarketing.



PERFIL 3 · 20% DE LA INVERSIÓN

Inversionista local

Dónde: Zipaquirá y la Sabana.
Quién: propietarios de 35 a 60 años que compran para arrendar cerca de universidades y del corredor industrial.
Mensaje: valorización y arriendo en un conjunto con club.
Canales: Google Search y Meta.

El filtro es parte de la estrategia: el formulario pregunta municipio, presupuesto, ahorro para la cuota inicial y fecha de compra antes de pasar el lead al asesor.

Del anuncio a la visita, **con una estrategia omnicanal.**

Cada canal tiene un papel, y todos llegan al mismo HubSpot y al mismo tablero que ve el equipo comercial de Actual.

Display media · descubrimiento

Reels y carruseles de la obra, la sala y los renders del club, en el norte de Bogotá y la Sabana.

Instagram Facebook

Category search · intención

Búsquedas de vivienda en Zipaquirá y la Sabana: quien ya busca. Lo medimos por cita.

Google Search

Remarketing · decisión

Quien visitó la landing o vio un video vuelve a ver el proyecto, hasta agendar la visita.

WhatsApp Meta YouTube

CONTACTO EN MINUTOS

WhatsApp automático con el nombre de Mítika y entrega inmediata al asesor.

SEGUIMIENTO DEL EMBUDO

Quién fue contactado, quién avanza y quién se enfría, registrado en HubSpot.

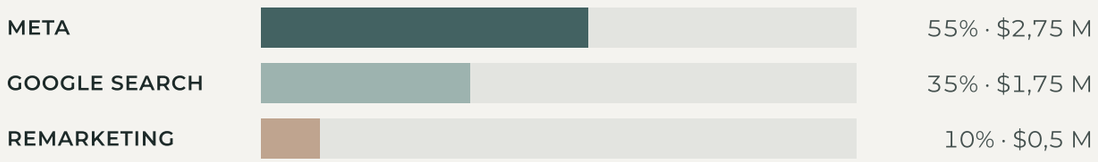
OPTIMIZACIÓN POR CITA

Las etapas de HubSpot vuelven a Meta y Google: la pauta busca a quien agenda.

Un lead calificado cuesta más. **Y vale mucho más.**

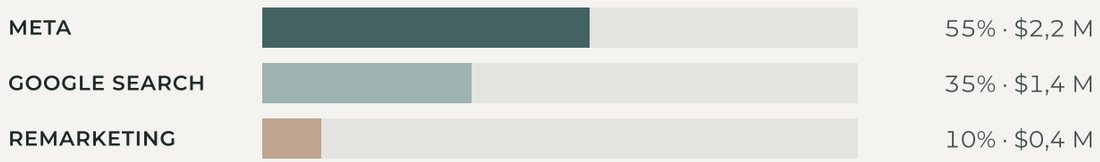
Con un tipo C de 81 m² en ≈ $427 millones y una cuota inicial del 30%, pagamos más por cada lead y le exigimos más: zona, ingresos e intención. Invertimos más los dos primeros meses para calibrar; desde el tercero, sostenemos.

ARRANQUE · MESES 1 Y 2 — COP 5.000.000 / mes



Campañas nuevas, formularios con filtro y Google Search por intención; calibramos con lo que reporte el equipo comercial.

SOSTENIMIENTO · MES 3 EN ADELANTE — COP 4.000.000 / mes



Optimización por costo por cita. La pauta se paga directo a las plataformas y no hace parte del fee.

De la pauta a la venta, **con una meta de 2 al mes.**

≈ 180
LEADS AL MES

INVERSIÓN
COP 4.000.000

≈ 11
VISITAS A LA SALA

CONVERSIÓN
6% de los leads

1–2
VENTAS POR PAUTA

CIERRES
12% de las visitas

mín. 2
META DE VENTAS AL MES

POR PROYECTO
Pauta + canales de Actual

MES	FASE	PAUTA COP	LEADS	VISITAS	VENTAS PAUTA	META
Semana 0	Setup	—	—	—	—	—
Mes 1	Arranque	5.000.000	≈ 225	≈ 9	— rezago	mín. 2
Mes 2	Arranque	5.000.000	≈ 225	≈ 14	≈ 1	mín. 2
Mes 3	Sostenimiento	4.000.000	≈ 180	≈ 11	1–2	mín. 2
Meses 4–6	Sostenimiento · c/u	4.000.000	≈ 180	≈ 11	1–2	mín. 2
Semestre	**6 meses**	**26.000.000**	**≈ 1.170**	**≈ 67**	**≈ 7**	**mín. 12**

SUPUESTOS DEL ESCENARIO BASE

Costo por lead calificado ≈ COP 22.000: conservador; en vivienda que gestionamos en 2026, el de Meta ha estado entre COP 4.000 y 10.000 la mayoría de los meses.

Visitas 6% de los leads (4% el primer mes, mientras calibra) y **cierre 12%** de las visitas.

La meta incluye los canales de Actual: desde el tercer mes la pauta aporta más de la mitad. Las ventas de cada mes salen de las visitas del mes anterior.

Setup, fee de gestión, landing y rodaje. **La pauta va directo a las plataformas.**

CONCEPTO	FRECUENCIA	VALOR
Setup inicial Semana 0 · cuentas y accesos · medición y conversiones de Meta y Google · WhatsApp con mensaje automático de bienvenida · conexión a HubSpot · estructura de campañas · tablero	Única vez	USD 1.300
Fee mensual de gestión Gestión de pauta en Meta, Google y YouTube · 8 anuncios al mes · tablero en tiempo real · sesiones quincenales · optimización por cita	Mensual · desde el mes 1	USD 1.000
Landing page del proyecto Mapa de ubicación · tipologías con planos · formulario calificado · agendamiento y WhatsApp · conexión a HubSpot	Única vez	USD 1.650
Rodaje de contenido 4 reels + 3 carruseles · producción en el proyecto · publicables en orgánico	Cada 3 meses	USD 1.000
Pauta sugerida (no incluida en el fee) Va directo a Meta y Google · arranque en los meses 1 y 2, sostenimiento desde el mes 3	Mensual	COP 5.000.000 → 4.000.000

FEE DE GESTIÓN

USD 1.000 / mes

Por proyecto. Cubre la gestión completa de la pauta, 8 anuncios al mes, el tablero en tiempo real y las sesiones quincenales con el equipo comercial. La inversión en pauta va aparte.

CON VECTA 98

Mítika se suma al equipo que ya trabaja Vecta 98 para Actual, con su propio tablero y su propia proyección.

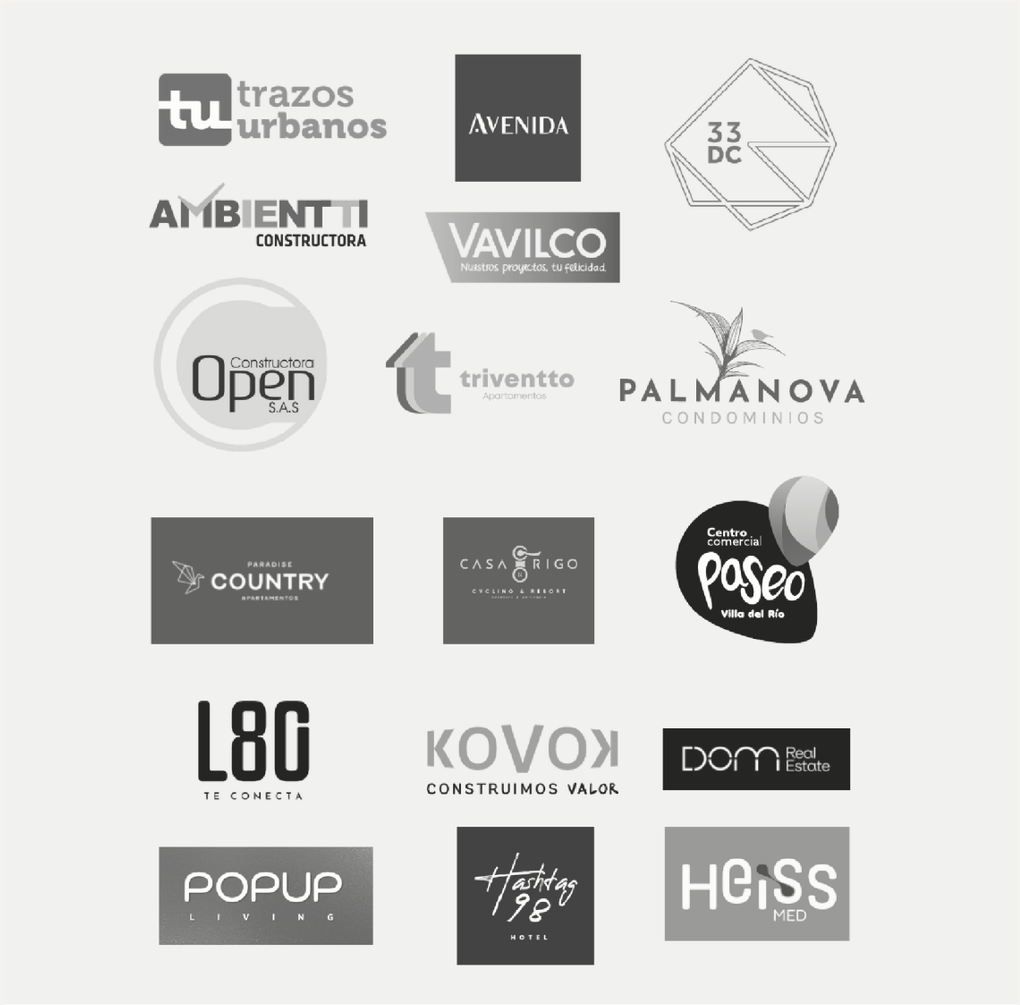
Proyectos que acompañamos **con este sistema.**

Color Ads trabaja con constructoras y promotores en Bogotá, Medellín y la costa: vivienda de inversión, proyectos boutique, hoteles y renta corta.

CON ACTUAL, HOY

Operamos Vecta 98 con Meta y HubSpot conectados: respuesta automática por WhatsApp y correo y agendamiento directo en el Outlook del asesor.

Lo que nos diferencia: leemos la data sin maquillaje. Cada quincena el cliente ve qué funciona, qué no y por qué.



Arrancamos con la visita **a la sala y a la obra.**

1 · ESTA SEMANA

Reunión de alcance

Revisamos la propuesta con Actual, resolvemos dudas y ajustamos la inversión en pauta.

2 · AL APROBAR

Visita técnica + setup

Agendamos la visita a la sala de negocios y a la obra, el primer rodaje y la conexión de cuentas, medición y HubSpot.

3 · SEMANA 2

Campañas nuevas al aire

Formularios con filtro, Google Search por intención y tablero en tiempo real compartido con el equipo comercial.

Miguel López · Color Ads · miguel@colorads.co