Propuesta de estrategia digital
2026

NativaClub
ÚLTIMA ETAPA

SUMÉRGETE EN UNA VIDA DE VACACIONES

Growth marketing para Nativa Club · última etapa · Villeta
Preparada por Color Ads para Actual Inmobiliaria

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

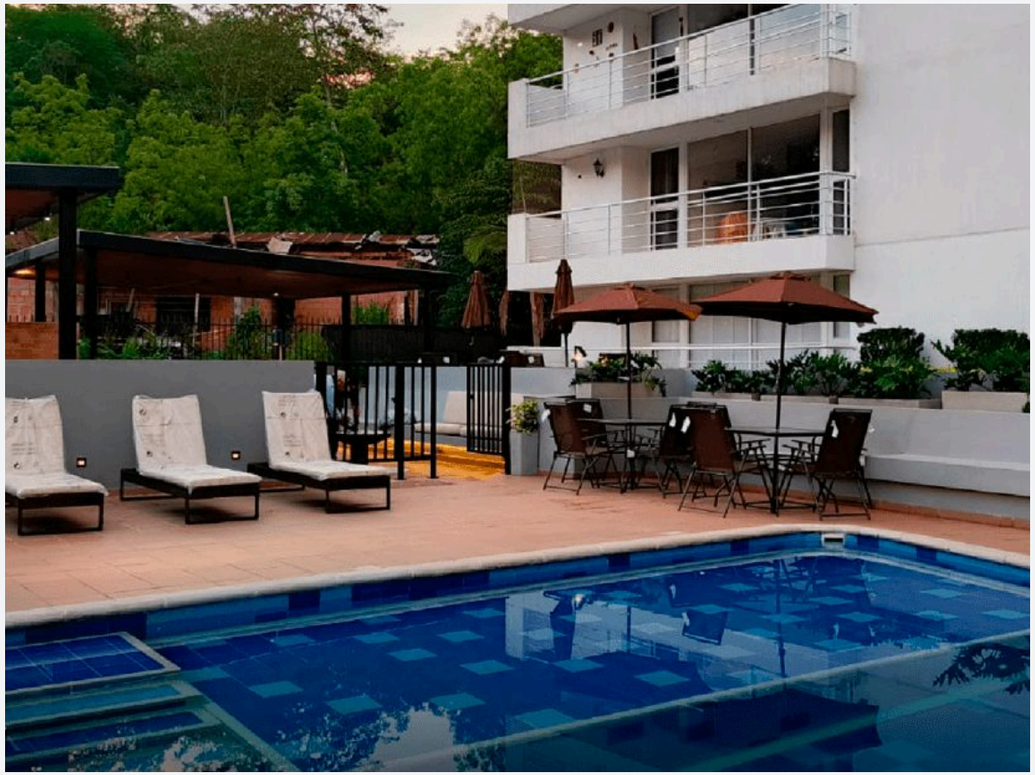
Llevamos compradores calificados de la pauta al club y a la sala, y medimos cada venta, con el mismo sistema con el que hoy operamos Vecta 98 para Actual.

01- **Pauta con filtro:** llegamos a quien busca su lugar de descanso y puede comprarlo: ciudad, presupuesto y uso.

02- **Contacto en minutos:** WhatsApp automático con el nombre y una foto del club 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 en el club 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, los referidos y la base de Actual.

Un lugar de descanso **para quien vive en Bogotá.**

42–80 m²

RANGO DE ÁREAS

De 1 a 3 habitaciones, todos con balcón y parqueadero privado.

$407–488 M

COTIZACIONES DE NOVIEMBRE

Tipos A y C. Entrega en el tercer trimestre de 2027.

18–25 °C

CLIMA DE VILLETA

A ocho minutos del centro de Villeta, con el club ya construido.

110

APARTAMENTOS

Una torre de diez pisos: la última etapa de Nativa Club, en Ciudad Nativa.

LA LECTURA DE COLOR ADS

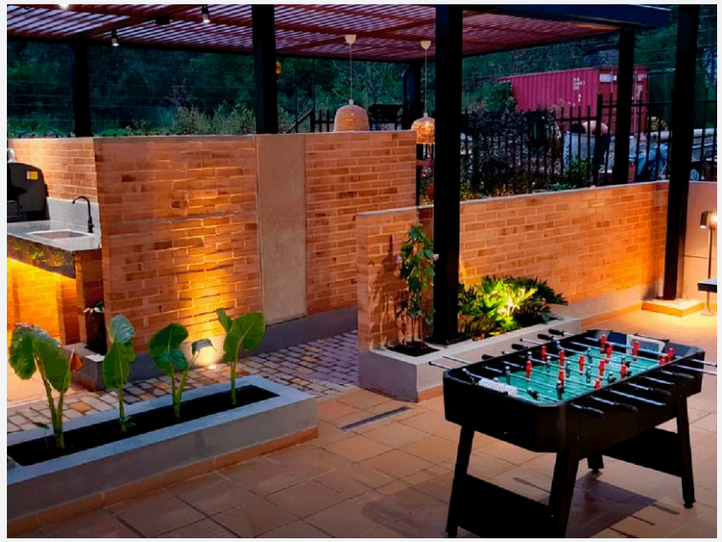
Se vende un lugar de descanso en Villeta

El comprador vive en Bogotá o en la Sabana y busca tierra caliente cerca. Nativa le ofrece clima de 18 a 25 grados, un club que ya se puede recorrer y la última etapa de un proyecto consolidado, y el anuncio lo dice desde el primer segundo, **con el precio**.



Imagen de referencia · vista desde el balcón, Nativa Club

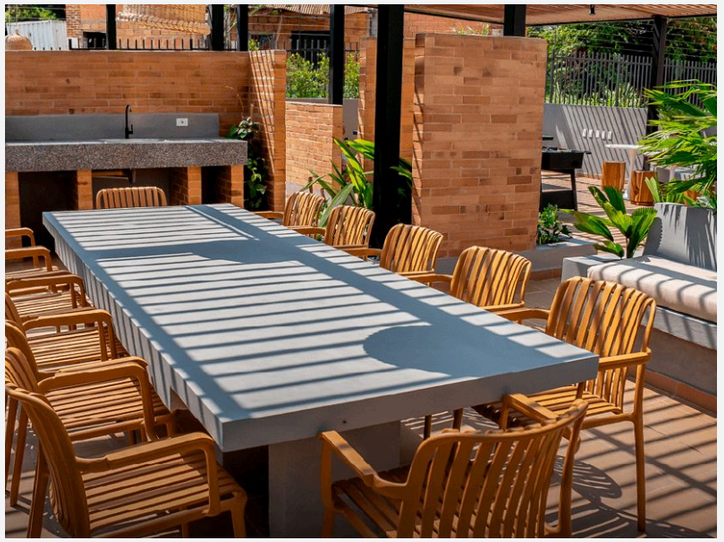
Tres audiencias **para un lugar de descanso.**



PERFIL 1 · 45% DE LA INVERSIÓN

El bogotano que busca su lugar de descanso

Dónde: Bogotá, Funza, Mosquera, Madrid y Facatativá.
Quién: familias y parejas de 35 a 60 años que salen a tierra caliente los fines de semana.
Mensaje: una vida de vacaciones cerca de Bogotá, con club y parqueadero propio.
Canales: Instagram, Facebook y remarketing.



PERFIL 2 · 35% DE LA INVERSIÓN

Quien compara tierra caliente

Dónde: Bogotá y la Sabana.
Quién: quienes buscan vivienda de descanso cerca de Bogotá y todavía no eligen destino.
Mensaje: clima de 18 a 25 grados, un club que ya se puede recorrer y la última etapa.
Canales: Google Search y remarketing.



PERFIL 3 · 20% DE LA INVERSIÓN

El prepensionado y el inversionista

Dónde: Bogotá y la Sabana.
Quién: personas de 50 a 65 años que quieren vivir o invertir en clima cálido, con seguridad y comunidad.
Mensaje: tranquilidad, club y valorización en un conjunto consolidado.
Canales: Facebook, Google Search y la base de Actual.

El filtro es parte de la estrategia: el formulario pregunta ciudad, presupuesto y uso (descanso, vivienda o inversión) 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 del club, la piscina y la vista, para Bogotá y la Sabana.

Instagram Facebook

Category search · intención

“Apartamentos en Villeta” y búsquedas de tierra caliente cerca de Bogotá. Lo medimos por cita.

Google Search

Remarketing · decisión

Quien no contestó, visitó la landing o vio un video vuelve a ver el proyecto, hasta agendar.

WhatsApp Meta YouTube

CONTACTO EN MINUTOS

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

SEGUIMIENTO DEL EMBUDO

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

OPTIMIZACIÓN POR CITA

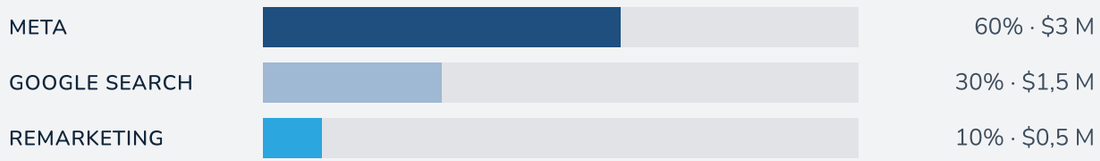
Las etapas de HubSpot vuelven a Meta y Google: la pauta busca a quien agenda.

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

Pagamos más por cada lead y le exigimos más: ciudad, presupuesto y uso. Invertimos más los dos primeros meses para calibrar; desde el tercero, sostenemos.

ARRANQUE · MESES 1 Y 2

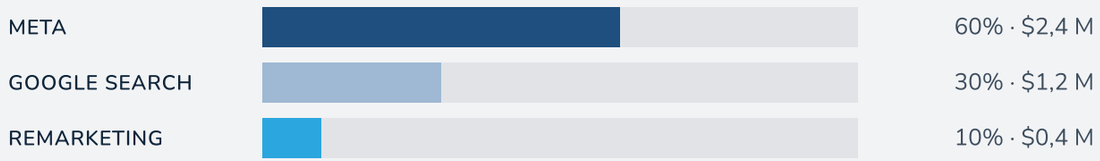
COP 5.000.000 / mes



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.**

≈ 160
LEADS AL MES
INVERSIÓN
COP 4.000.000

≈ 10
VISITAS AL CLUB
CONVERSIÓN
6% de los leads

≈ 1
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	≈ 200	≈ 8	— rezago	mín. 2
Mes 2	Arranque	5.000.000	≈ 200	≈ 12	≈ 1	mín. 2
Mes 3	Sostenimiento	4.000.000	≈ 160	≈ 10	1–2	mín. 2
Meses 4–6	Sostenimiento · c/u	4.000.000	≈ 160	≈ 10	≈ 1	mín. 2
Semestre	6 meses	26.000.000	≈ 1.040	≈ 60	≈ 6	mín. 12

SUPUESTOS DEL ESCENARIO BASE

Costo por lead calificado ≈ COP 25.000: conservador para segunda vivienda; 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 El club en fotos y video · tipologías con planos · cómo llegar · 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

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

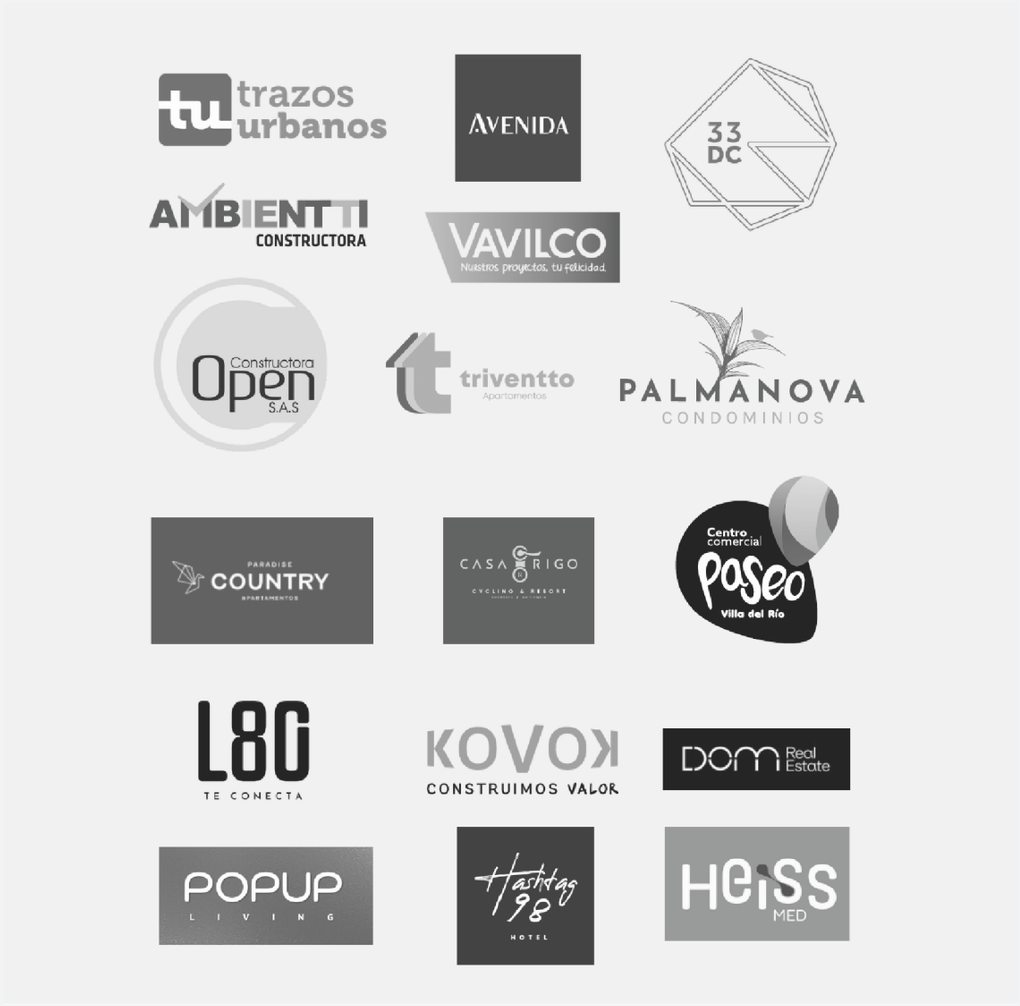
Proyectos que acompañamos **con este sistema.**

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 **al club.**

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 al club y a la sala, el primer rodaje y la conexión de cuentas, medición y HubSpot.

3 · SEMANA 2

Campañas nuevas al aire

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

Miguel López · Color Ads · miguel@colorads.co