

Rufus DC

Presentado por

Laura Marcela Rodríguez Riobueno

Alix Ariza Chacón

Opción de Grado II

Grupo 40106

Docente

Juan Fernando Rojas

RUFUS DC

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN

Administración de Empresas.

2019

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....
2. Justificación.....
3. Descripción de idea de negocio.....
 - Logo.....
4. Descripción mercado objeto.....
5. Segmentación de mercado.....
 - Identificación del segmento.....
6. Investigación de mercado.....
 - Tendencias del mercado.....
7. Necesidades.....
 - Necesidades de los Stakeholders.....
 - Identificar la razón por la que se resuelve la necesidad.....
 - Pasos para generar la solución.....
 - Identificación del entorno.....
 - Identificación de canales de distribución.....
8. Limitaciones, frustraciones e inconformidades.....
9. Análisis de la competencia.....
10. Herramienta de recolección de datos.....
 - Modelo de la encuesta.....
 - Calculo de la muestra.....
 - Análisis de resultados.....

11. Plan de marketing.....

- Estrategia del producto.....
- Presupuesto.....
- Estrategia de promoción.....
- Estrategia de publicidad.....
- Estrategia de distribución.....
- Estrategia de precio.....
- Proyección de ventas.....

12. Estudio administrativo.....

- Resumen.....
- Proceso de compra.....
- Contacto.....
- Factura.....
- Gastos.....
- Objetivo general.....
- Objetivos específicos.....
- Estructura organizacional.....

13. DOFA.....**14. Lean Canvas**.....**15. Bibliografía**.....

1. INTRODUCCIÓN

Una de las ramas más empíricas de la psicología social habla sobre cómo A influye sobre B de la misma manera que B influye sobre A y es que es así, somos seres naturalmente sociales y por ello la presencia de otro nos influye de forma directa, lo cierto es que el motivo por el cuál seguimos las tendencias de moda no es ni tan sencillo ni tan prescindible para el ser humano.

De hecho, la presencia de otros nos influye incluso aun cuando no están presentes porque nosotros interiorizamos nuestras experiencias, lo que nos lleva a tener ciertas reglas sociales y de estética ante la mirada atenta de los demás ya que sentimos que debemos modificar nuestra conducta cuando otros nos están escudriñando presencialmente, analizándolo de esta forma, las modas son un tipo de norma social, es un fenómeno ilustrativo de nuestra personalidad y que ejerce una gran influencia entre nuestro grupo social.

El principio de conformidad aplica en todos los seres humanos, las personas tendemos a conformarnos con lo que más encontramos disponible en el mercado, en la calle, en la televisión, las revistas o los comerciales y vallas publicitarias.

Teniendo presente lo anterior podemos deducir que una idea de negocio como esta es muy viable y más si el contenido disponible para las personas también puede encontrarse de manera virtual, es un campo muy amplio y que puede llegar a impactar a una gran cantidad de personas.

Rufus DC es una tienda virtual dedicada a la comercialización, producción, distribución y personalización de prendas de vestir para mujer y hombre que ofrece servicios de envío a nivel nacional y pago contra entrega brindando una solución a las personas que no tienen el tiempo o no desean desplazarse por la ciudad en su tiempo libre.

2. JUSTIFICACIÓN

Rufus DC es una tienda virtual competitiva en Colombia, cuenta con el mejor catálogo de prendas de buena calidad, ofreciendo soluciones a los nuevos emprendedores para que comercialicen sus prendas, la posibilidad de personalizar prendas a pedido y fabricando diseños originales, de ésta manera las pequeñas empresas tienen también la posibilidad de surtir su negocio con un solo proveedor y a nosotros no solamente trabajar con una persona sino de tener la posibilidad de que conozcan aún más nuestra marca, es un negocio versátil e innovador enfocado a cubrir la necesidad que tiene una persona inicialmente en las capitales de no desplazarse demasiado por cuestiones de tiempo y tráfico y en el caso de los departamentos más pequeños de obtener estilos que normalmente no encuentran tan fácilmente en su región y si lo hacen es a un alto costo ya que son transportadas desde la capital a una tienda física, es una tienda que cubre más de una necesidad.

3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Rufus DC es una tienda virtual dedicada a la comercialización, producción, distribución y personalización de cómodas prendas de vestir para mujer y hombre,

maneja telas de alta calidad y de todas las tallas y ofreciendo servicios de envío a nivel nacional y pago contra entrega brindando una solución a las personas que no tienen el tiempo o no desean desplazarse por la ciudad en su tiempo libre, de igual forma daremos a conocer una nueva experiencia el comprar en línea bajando el índice de desconfianza que esto genera en algunas personas, impactando directamente en los puntos de mayor inconformidad: la confiabilidad y el cumplimiento para que las personas y potenciales clientes puedan acceder a nuestros productos de una manera sencilla y eficaz.

- **Logo**



4. DESCRIPCIÓN DE NUESTRO MERCADO OBJETO

Nuestros clientes son personas entre 21 y 50 años que tienen intención de compra, cuentan con acceso a internet y devengan desde un salario mínimo legal vigente,

ubicados en estratos 1, 2 y 3, ya que son las personas más idóneas para interesarse en el tipo de prendas y estilos que manejamos.

Nuestro mercado objeto es el país, conocemos que ya existe cobertura de internet prácticamente en todo el territorio Colombiano aunque en algunos departamentos más que en otros, siempre el objetivo será impactar igualmente, las condiciones de envío cambiarán cuando éste se realice fuera de las capitales ya que no se podrá manejar el envío gratis sin embargo nuestra cobertura permitirá a casi cualquier persona en el rango de edades establecido adquirir la prenda que desee.

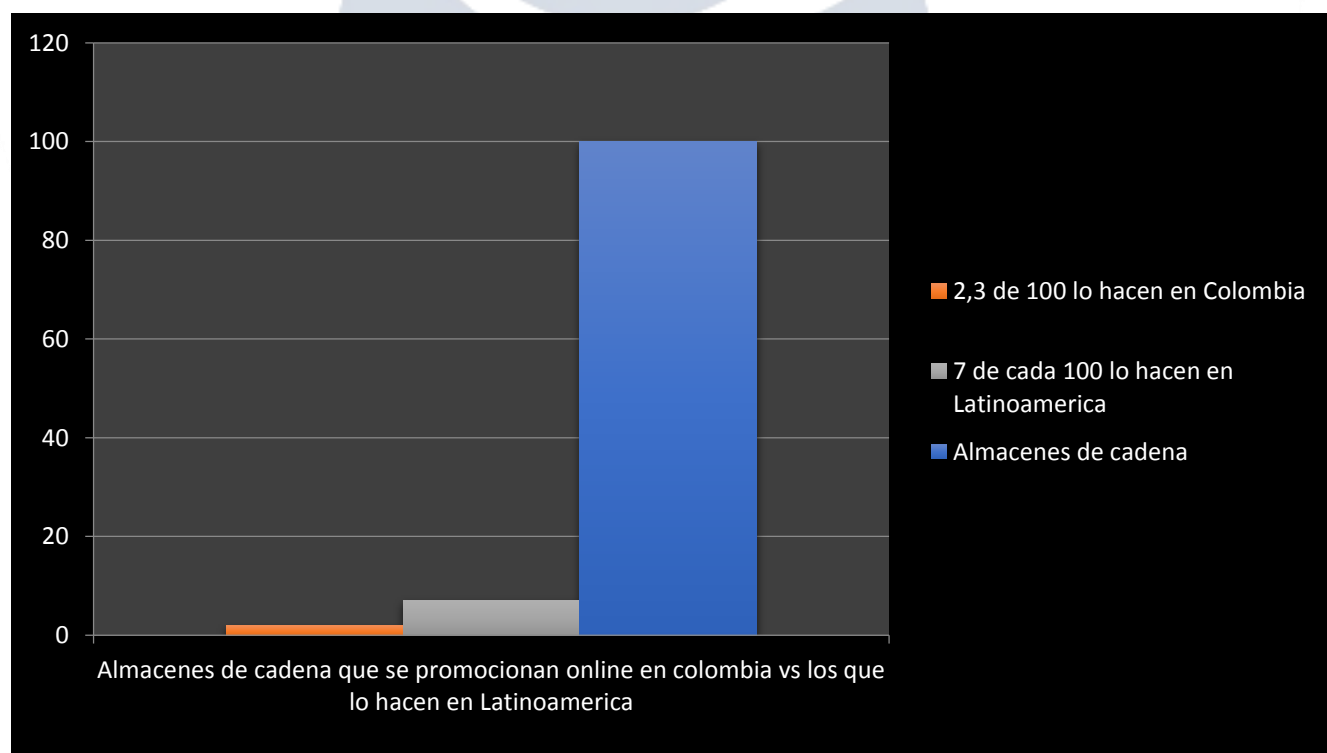
5. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- **Identificación del segmento**

Rufus DC se basó en parte a un diagnóstico que muestra la dinámica de compra de los colombianos según **PayU** en cuanto a compras virtuales en el cual el mercado demuestra que en el país desde el año 2012 se viene incrementando exponencialmente la tendencia a comprar en primer lugar en la sección de **Entretenimiento y Turismo** con un 28% y en segundo lugar en la sección **Ropa y Calzado** representado con un 20% seguido de categorías enfocadas a la educación, el deporte y servicios relacionados con mascotas lo que nos permite conocer las tendencias de compra online en Colombia, por otro lado, la conocida empresa Google Inc. Presentó un reporte sobre las tendencias y hábitos de consumo de los colombianos, en donde indica que 7 de cada 10 internautas investigan en internet el producto deseado antes de dirigirse a una tienda física para adquirirlo y como dato importante también tenemos la intención

de compra de los Colombianos mediante su Smartphone, dichos internautas en la actualidad se clasifican con el 70% de la población ya que éstos observan como método complementario y como una buena opción, el realizar transacciones de manera virtual por lo cual incluso los vendedores que poseen una tienda física se están enfocando en vender sus productos de igual manera en la web.

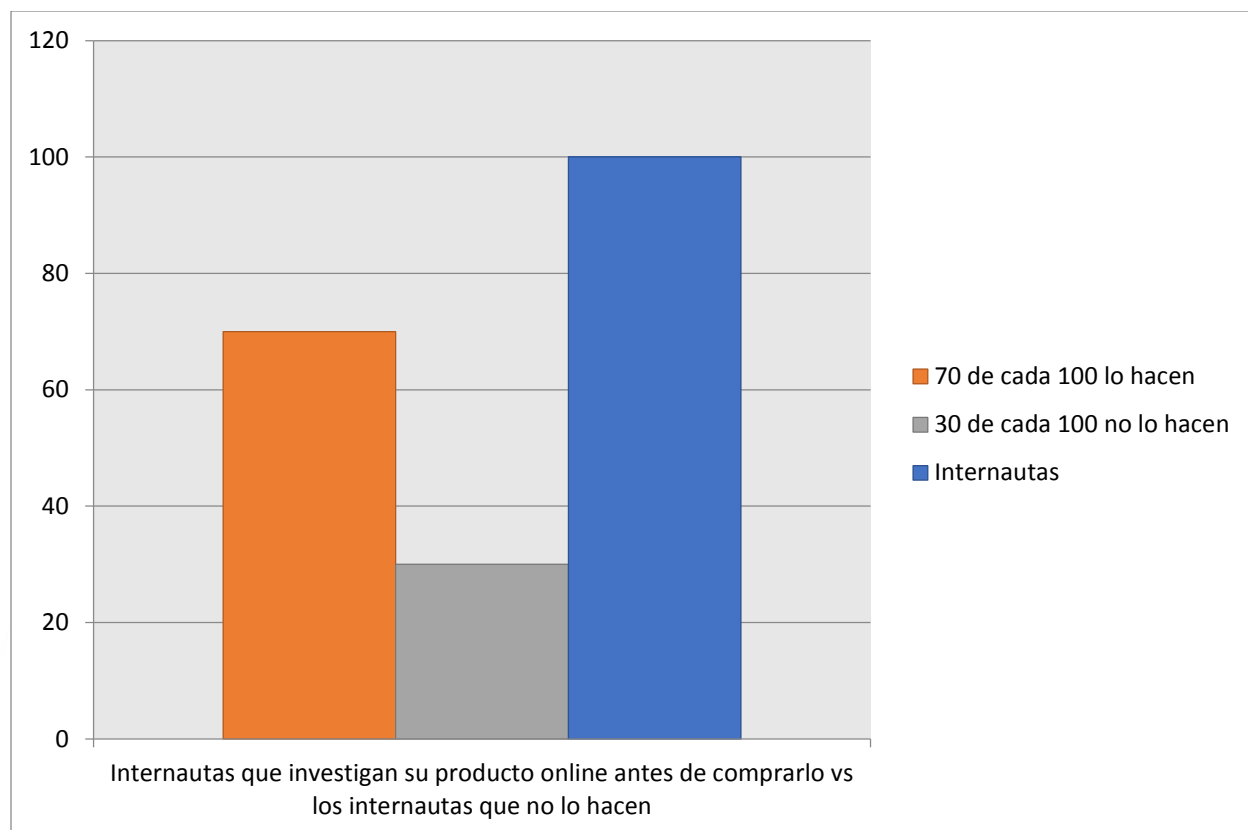
Actualmente en Colombia se han duplicado las compras online lo que indica que un colombiano consume aproximadamente 300.000 mil pesos mensuales en transacciones online lo que demuestra que el comportamiento de compra migra a lo digital. Hay un gran campo de participación ya que apenas el 2,3 por ciento de los almacenes de cadena en Colombia cuenta con una estrategia de e-commerce mientras que en América latina es del 7%, lo cual nos permite identificarnos con una marca propia y poder acceder competitivamente al mercado nacional.



Estamos bajo tiempos de mucha innovación y es preciso encontrarse siempre en la vanguardia y es por ello que la idea por la cual se implementó Rufus DC de manera netamente virtual radica en las tendencias estadísticamente mostradas y teniendo en cuenta que para ser competitivos una parte estaba ligada a manejar precios accesibles para prácticamente cualquier persona que devengue un salario, esta manera desaparecía los costos por arriendo y servicios que nos permitían cumplir con ésta condición.

Ahora bien, teniendo en cuenta estos datos anteriores podemos clasificar nuestro mercado potencial entre las personas de 21 a 50 años, de estrato 1, 2 y 3, ya que se encuentran dentro de la edad promedio de las personas ocupadas formalmente en el país, el estudio realizado en Diciembre de 2018 por la ONG Cuso International y el Gobierno de Canadá, concluyó que la influencia del salario mínimo entre la población asalariada indica que el 4,9% de los empleados gana exactamente el salario mínimo legal vigente, alrededor de 1.150.000 personas y teniendo en cuenta que el índice de desempleo está en 2019 sobre los 2.406.000 personas podemos deducir que de 45.500.000 habitantes registrados en el país 41.944.000 devengan un índice más alto que el salario mínimo legal vigente.

Por ello, nuestra segmentación es precisa para ser nuestro mercado objeto ya que también realizamos envíos a nivel nacional e incluso éstas cifras se podrían ver incrementadas ya que al ser también proveedores, nuestras prendas pueden ser distribuidas en tiendas físicas en todo el país.



6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Un estudio del año 2017 de la Asociación de la Industria Móvil de Colombia (Asomóvil) que busca identificar los hábitos de uso de telecomunicaciones móviles en el país revela que los colombianos utilizan en promedio cuatro horas al día el celular y unas 3,4 horas de su tiempo diario para navegar.

Ante la pregunta ¿qué tanto necesita usted de su celular? El 56,3 por ciento respondió que lo necesita; el 34 por ciento, algunas veces, mientras que el 8 por ciento dijo no necesitarlo, en conclusión, los dispositivos móviles se están utilizando cada vez más para realizar este tipo de compras.

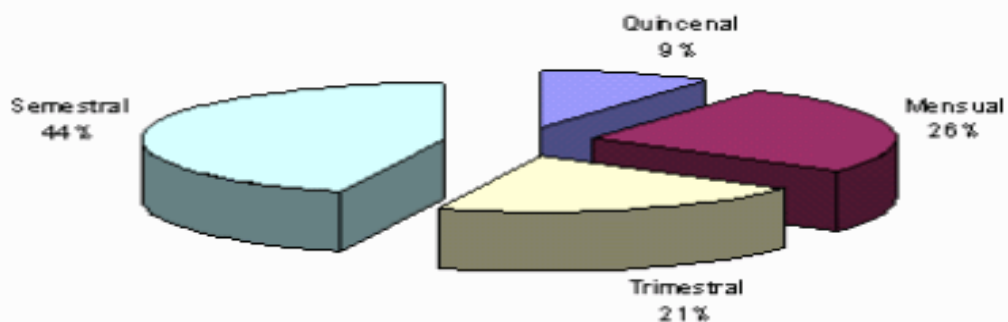
Teniendo esto en cuenta lo anterior, las personas que deseen realizar compras en Rufus DC deben ser mayores de edad para el caso de realizar compras online, también deben contar con una conexión a internet para visualizar nuestro contenido vía página web y por las redes sociales Facebook e Instagram, aceptando las condiciones y términos establecidos para las compras y sin confirmando la dirección, fecha y hora de entrega al momento de realizar la compra.

Una de las ventajas es que brindamos soporte en línea atendiendo de manera personalizada por correo electrónico, por nuestra línea o por medio del chat para así dar respuestas a todas las dudas generadas por el producto en nuestra jornada de Lunes a Sábado de 8:00 am a 9:00 pm.

Según cifras de la Cámara de Comercio de Bogotá, hasta el momento se han registrado 1.298.984 visitas en sitios web, cantidad equivalente a toda una ciudad comprando en la plataforma, el 35% de las empresas colombianas venden sus productos a través de internet, las redes procesadoras de pago reportaron 1.150.070 transacciones, lo que representó ventas por más de 519 mil millones de pesos en Colombia y un crecimiento en ventas de 24 % frente al mismo evento realizado un año atrás.

De igual forma recomendamos leer los comentarios que hacen los usuarios sobre el vendedor, reconocer que la página de internet sea la certificada y que cuente con el protocolo de seguridad HTTP.

Frecuencia de Compras



77%

de los consumidores señaló que su smartphone lo ayudó a definir su compra.

FUENTE: Google/TNS, "Micro-Momentos en Argentina, Colombia, Chile, México y Perú", septiembre 2015.

6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Tendencias del mercado

Estar bien vestido es sinónimo de estatus, de pulcritud y de organización, para el ser humano se convierte en una necesidad a la que le da cierta prioridad; en

Colombia el clima define el catálogo de ropa que se ofrece por lo cual debemos ser muy versátiles con ello aprovechando la necesidad y oportunidad detectada por medio de la segmentación del mercado y siendo siempre muy abiertos a nuevos diseños y nuevas tendencias que podamos crear sin sacrificar nunca la buena calidad, por otro lado, en la actualidad es una necesidad estar conectados y es casi inevitable no contar con una red social por lo cual ahora con espacios creados para vender y comprar como “Marketplace” en Facebook se facilita mucho más la interacción entre vendedor y usuario y se impacta aún más en las personas ya que también pueden seguir la página; Rufus DC está enfocada diseñar prendas cómodas y de fácil manejo en cuanto a tallaje para evitar los cambios que son un tema complejo en cuestiones de tiempos, la necesidad de la persona queda cubierta en el momento que se sienta satisfecha con su adquisición y más si a esto le sumamos que dicha persona nunca se desplazó por la prenda sino que fue tan sencillo como un click.

7. NECESIDADES

Nuestra tienda cubre una necesidad que está tomando fuerza a nivel mundial y es el adquirir los que necesitamos en la puerta de nuestra casa y a un nivel de interacción en tiempo real, es conveniente en las capitales por el tiempo que se toma llegar a un negocio local o tienda física y aun así lidiar con la cantidad de personas que se encuentran allí, no acceder a todo el catálogo por lo mismo y no ser atendido de manera puntual en algunos casos así que poder acceder en un click a lo que necesitamos, observar todo el catálogo, ver su disponibilidad de tallas y colores, tener un asesor en línea oportuno para cualquier consulta, comprar, realizar el seguimiento en tiempo real de mi pedido y recibir en casa o donde lo desee;

el tiempo es algo que en la actualidad valoramos y esta clase de servicios para nosotros incrementa nuestra experiencia de cliente y nos lleva a una calidad y satisfacción únicas.

- **Necesidades de los Stake Holders**

- Adquirir prendas a menor costo que una tienda física.
- Evitar desplazamientos para adquirir las prendas y recibíéndolas en la comodidad de su hogar, oficina o negocio.
- Compras al por mayor con envío incluido a un bajo precio.
- Las prendas adquiridas son de fácil cambio, de alta calidad, confiabilidad y a un precio muy económico.
- Las personas independientes pueden obtener nuestras prendas en calidad de distribuidores con la personalización que prefiera.

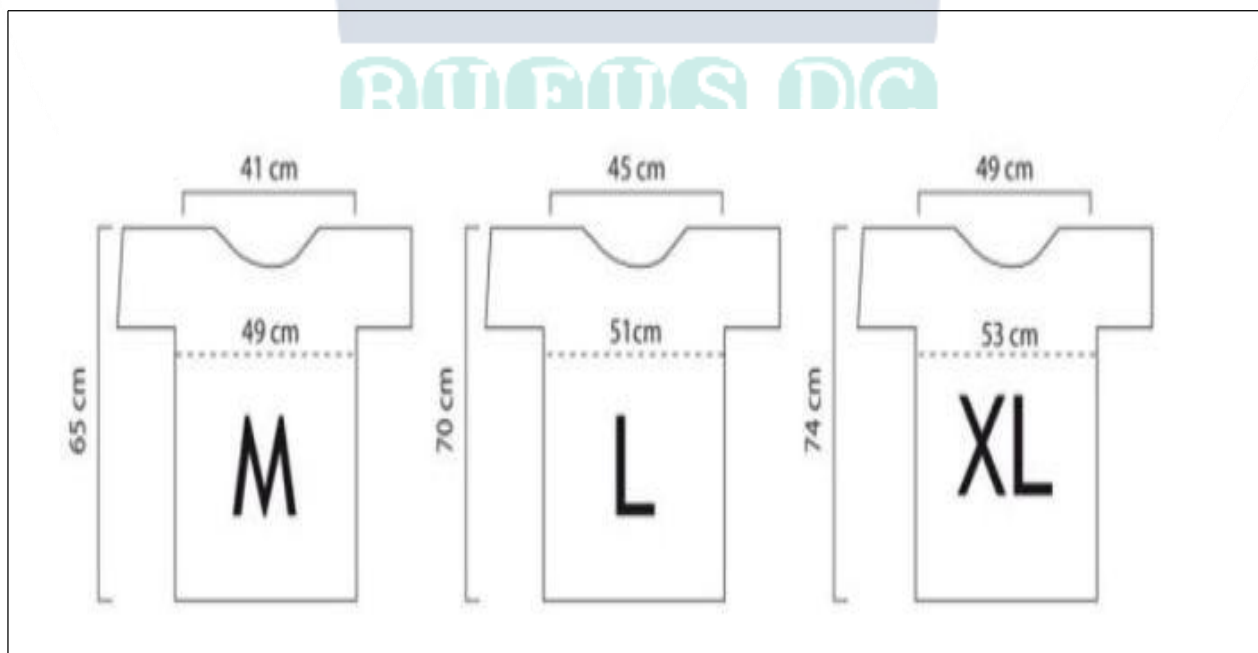
- **Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad**

En general, el transporte colombiano no es muy eficaz por lo cual en las principales capitales del país, que a su vez es donde se presenta más congestión hay una alta demanda de aplicaciones para adquirir diferentes servicios, desde comida hasta lavandería y es allí donde estas nuevas tecnologías y tiendas virtuales entran.

Nuestra oportunidad se encuentra en el momento en el que la persona prefiere recibir sus prendas desde su lugar de preferencia a pasarse horas recorriendo lugares

para escoger la prenda que desee y a su vez incrementando gastos por transporte, tiempo y adquiriendo las prendas a un mayor costo ya que el manejo de una tienda física así lo requiere dados los costos que se manejan en ese tipo de negocio y su estratégica ubicación.

Por otro lado, existen muchas personas que no tienen un trabajo formal o no cuentan con una tarjeta por lo cual su manejo monetario es netamente efectivo y es una grata solución que exista la posibilidad de pago contraentrega ya que así puede adquirir lo que necesite y no tener que lamentarse siempre por no contar con una tarjeta o tener que pedirle el favor a otra persona para poder adquirir el producto que desee, igualmente, el mismo caso aplica para todas aquellas personas que están emprendiendo y desean adquirir sus prendas por medio de un solo proveedor ya que al por mayor se disminuyen ciertos costos y ofrecemos la solución de que si nuestra marca propia no es de su gusto o si esa persona observa que la tendencia de la moda en el lugar que se encuentra es diferente entonces le brindamos el servicio de personalización de sus prendas en todos las tallas que requiera y en las telas de su preferencia sin sacrificar la calidad de la prenda.



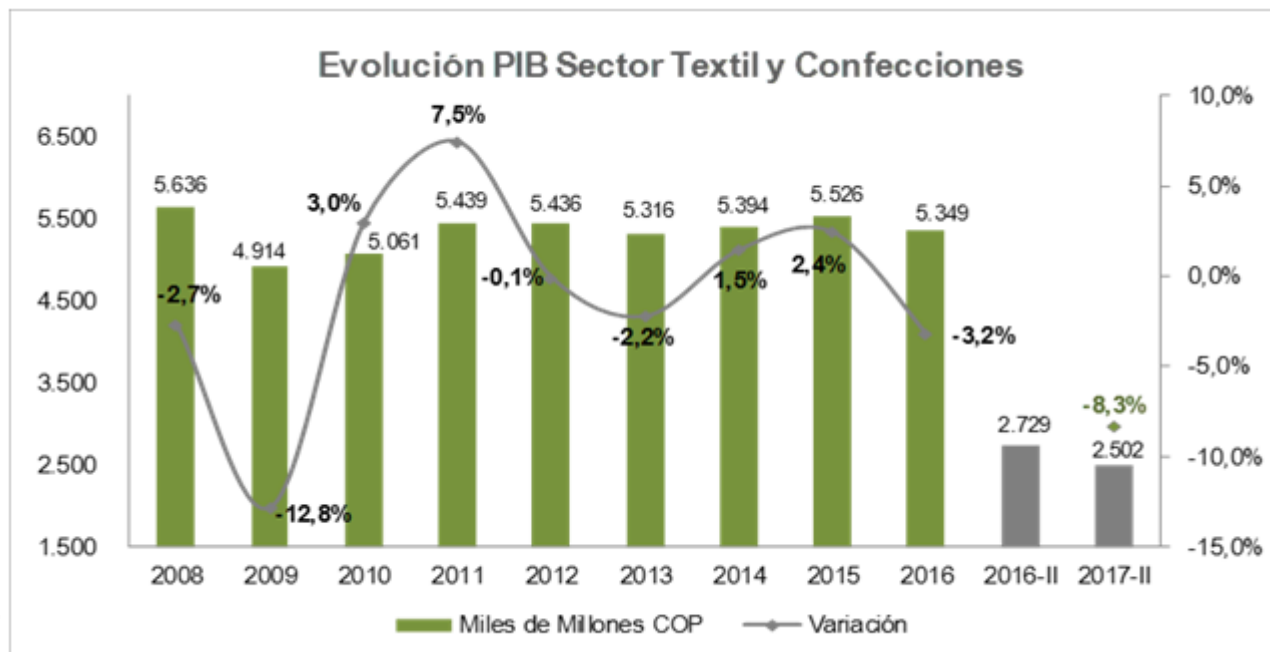
- **Pasos para generar la solución**

- Tener la posibilidad de tener su prenda personalizada.
- Adquirir su prenda de vestir más económica a través de la web.
- Se Tiene la posibilidad de vestir de una manera informal, cómoda y llamativa con muy buena calidad.
- Se pueden hacer pedidos al por mayor en calidad de proveedores para los nuevos negocios o tiendas físicas.
- Se puede personalizar el estilo y la tela que se quiera manejar.
- Hay diversas maneras de generar el pago con total confianza.
- Recibe su pedido en la dirección de referencia para más comodidad.
- Se realiza un seguimiento al pedido para mejorar la experiencia de adquisición.

- **Identificación del Entorno**

Nuestro producto se distribuirá en todo el territorio colombiano teniendo en cuenta que nos ubicamos en Bogotá pero realizamos envíos a nivel nacional.

En cuanto a las actividades comerciales propias del sector terciario, la venta de ropa lidera el sector, seguida por los depósitos de materiales como se evidencia en el siguiente gráfico:



De acuerdo al gráfico se puede concluir que nuestra tienda tendría un buen posicionamiento dentro del entorno comercial de los textiles.

- **Identificación de canales de distribución**

Actualmente contamos con 2 mensajeros encargados de los repartos en la ciudad de Bogotá y para envíos al resto del país contamos con las redes de envíos más comunes en los departamentos, Interrapidísimo, Envía y Deprisa.

8. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

El gobierno colombiano a través del decreto 074 de 2014 buscaba desincentivar las importaciones de confección y calzado para el país y evitar que los costos de

producción de la industria interna aumentarían, pero según los expertos esto hasta el momento no ha sido posible, las importaciones de estos productos siguen en aumento y para el último año se incrementaron en un 93% y las exportaciones de los mismos productos solo crecieron un 6%; esto mantiene en déficit la balanza del sector textil y confección para el país. (Inexmoda).

Las limitaciones que claramente se evidencian es el difícil acceso a la importación y exportación para una empresa pequeña ya que se debe contar con las licencias o permisos necesarios para traer a Colombia un diseño original o de otra marca, adicional, si se requiere traer algo del extranjero hay que tener intermediarios que importen el producto en dado caso y se debe pagar un valor extra, finalmente, otra limitación que podemos resaltar es el dinero que costaría la prenda y nos superaría el presupuesto estimado para manejar nuestro segmento elegido del mercado, todas estas limitaciones generan inconformidades y frustraciones ya que las personas esperan adquisiciones económicas ya que la clase “media” es la predominante en nuestro país.

9. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Entre las principales páginas de venta de ropa informal al detal encontramos a **DiCream Diseño Latino**, una página iniciada en 2015 y hoy posicionada en el mercado debido a que manejan diseños propios lo que los ha posicionado como marca, venden más que un solo producto ya que por medio de fotografías suelen juntar un par de prendas haciéndolas combinar muy bien, lo cual llama mucho la atención del público, por otro lado están

innovando en el tema de los accesorios y cuentan con tiendas físicas ubicadas en los estratos de mayor poder de adquisición.

El rincón de la negra es una tienda virtual dedicada a vender ropa al por mayor, no maneja marca propia ni cuenta con tienda física pero si vende sus prendas a un precio muy bajo por lo cuál puede ser una competencia considerable.

Shuz-Shuz, creada por argentinos radicados en Colombia, es una idea de negocio innovadora que ofrece prendas de vestir, accesorios, morrales y todo el tema de papelería con diseños propios de su marca, su fuerte es el estampado y serigrafía a mano alzada sobre la tela y una encuadernación completamente artesanal, ofrecen diferentes cursos y como factor diferencial manejan diseños e ilustraciones propias, también cuentan con tienda física en estratos con mayor poder de adquisición.

Análisis de la competencia				
Página	Redes sociales	Precios	Comunidad	Antigüedad
DiCreem Diseño Latino	Facebook e Instagram	Desde 70.000	Más de 150.000 seguidores	5 años
El rincón de la negra	Facebook e Instagram	Desde 45.000	Más de 1.000 seguidores	3 años
Shuz-Shuz	Facebook e Instagram	Desde 70.000	Más de 70.000 seguidores	6 años

10. HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Modelo de la encuesta

(Muestra real obtenida del correo goyeneche1992@gmail.com)

Rufus DC

Tienda Virtual

ENCUESTA

NOMBRE: Ingrid Lisseth Goyeneche
EDAD: 27 Años **SEXO:** F **INGRESOS:**
OCUPACION: Aux. enfermería **1.200.000**



	SI - POSITIVO	NO - NEGATIVO	OTRO
1. ¿Cuentas con redes sociales o acceso a internet?	★	●	☆
2. ¿Cuanto tiempo le dedicas a ellas?	★	●	☆ 5 a 6 Horas
3. ¿Haces compras por internet?	★	●	☆
4. ¿Cada cuanto lo haces?	★	●	☆ Cada mes
5. ¿Que medio de pago utilizas?	★	●	☆ Efectivo
6. ¿Como quisieras mejorar tu experiencia con esas compras?	★	●	☆ Mejor experiencia de servicio
7. ¿Que es lo que te hace dudar a la hora de comprar?	★	●	☆ Me asusta que no me llegue el pedido
8. ¿Que mejorarías de tu experiencia de compra?	★	●	☆ La confiabilidad que me inspira la página web
9. ¿Qué observas en las páginas y redes de ventas?	★	●	☆ Es una ventaja en cuanto a precios y promociones
10. ¿Has tenido inconvenientes con estas compras?	★	●	☆ Nunca

GRACIAS POR TU TIEMPO!

info@rufus.com - rufusdcbogota@gmail.com

Contáctanos 313 343 64 54 - 322 208 75 85

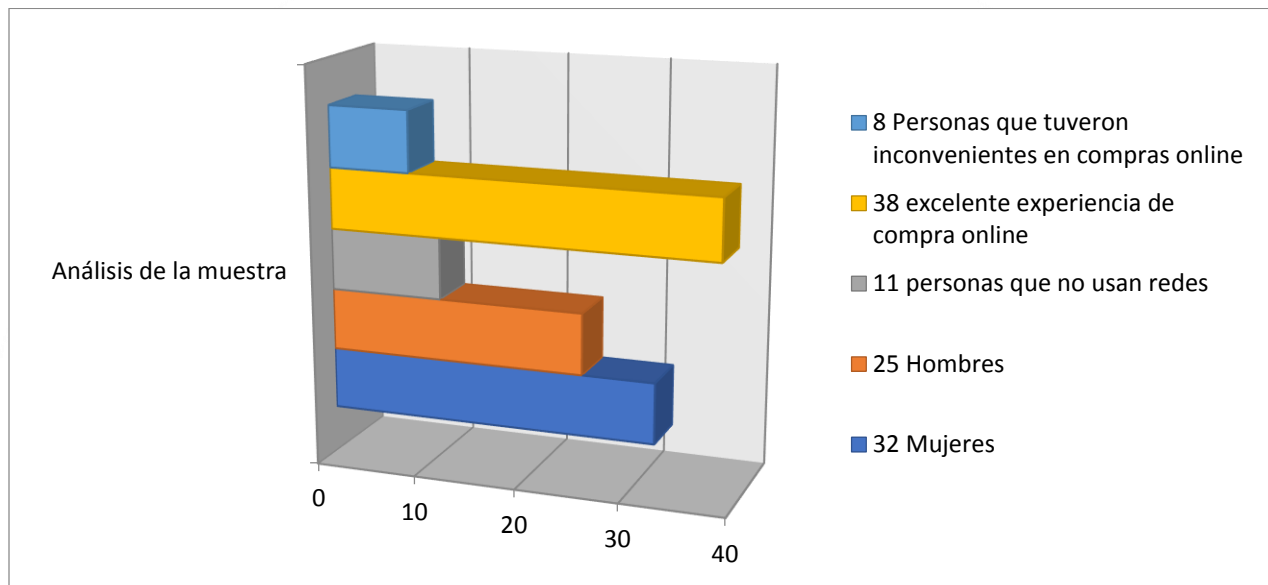
- Calculo de la muestra

MUESTREO ESTRATIFICADO POR CONGLOMERADOS			
CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA			
RUFUS DC			
ESTRATO	1, 2 y 3.		
VARIABLES	VALOR	EXPRESIÓN MATEMÁTICA	
Z	100	$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$	
Z^2	10000,00		
P	100	$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 254.289}{0,0025 * (150.375) + 3,84 * 0,5 * 0,5}$	
q	57		
N	1.605.537	$n = \frac{9,15156E+13}{7867,1264 + 57000000}$	
e	0,07		
e^2	0,0049	$n = \frac{91515609000000,0000}{57007867,13}$	
N-1	1.605.536		
		$n = 1605315$	

- Análisis de los resultados

La encuesta se realizó a 57 personas, entre ellas 32 mujeres y 25 hombres todos de 21 a 50 años y de estratos entre 1 y 3, 11 de ellos no contaban con redes sociales o no realizaban compras por internet, 38 personas tuvieron una experiencia de buena a excelente con su compra o adquisición y 8 personas manifestaron problemas o disgustos con sus adquisiciones.

Podemos deducir que dentro de nuestra población objeto encontramos una alta probabilidad de venta en 1.605.315 personas en Colombia.



11. PLAN DE MARKETING

- Estrategia del producto

- Una de las maneras más idóneas que hemos meditado como grupo de trabajo es el dejar de trabajar con proveedores y contratar directamente unos satélites textiles encargados de realizar los diseños que necesitamos para poder personalizar nuestras líneas de ropa y adquirir las telas al por mayor para disminuir nuestros costos en cuanto a las mismas y utilizar éstos recursos en el diseño de las nuevas líneas.

Líneas de ropa: Hemos encontrado una gran oportunidad en ciertos mercados como lo son los motociclistas, los ciclistas y las embarazadas ya que son nichos de mercado que utilizan ciertas prendas específicas de acuerdo a sus necesidades, así por ejemplo encontramos que un motociclista busca chaquetas corta viento, reflectivos, guantes, cuellitos, rodilleras, coderas, botas y en algunos casos busos térmicos, los ciclistas también buscan reflectivos, chaquetas corta viento, cuellitos y guantes y las embarazadas como es preciso buscan talles grandes, ropa cómoda, telas delgadas y suaves, abrigos y pantalones que se adapten a su nuevo abdomen por lo que observamos que son necesidades que cubren a muy altos costos y que son prendas que realmente necesitan y buscan constantemente ya que debido a su actividad o condición moldean sus gustos y prefieren algo más funcional.

Trabajar con estas líneas nos abre un poco más el panorama en cuanto a diseño y en cuanto a clientes potenciales lo cual incrementaría nuestras ventas y nos brindaría mayor reconocimiento.

- **Presupuesto**

Para la realización de estas estrategias, el presupuesto destinado es de \$10,000.000 ya que se deben cancelar el diseño de los moldes de las líneas, las telas, la hechura de éstas, la publicidad de las líneas y los eventos donativos. Así:

- **Satélites que manejen diferentes técnicas:** Contrato a término indefinido por \$1.600.000 + Ley

- **Diseñador:** Encargado del diseño de las nuevas líneas \$1.500.000
 - **Proveedor de telas:** Tenemos un capital de \$3.000.000 para invertir en las tres líneas
 - **Publicidad:** Cada línea tendrá un capital de \$500.000 para invertir en anuncios en otras páginas y en la propia, en volantes y en banners para e-mail marketing.
 - **Fundaciones:** tendrá un capital de \$800.000 destinado a incentivar la donación de dinero, prendas, compras de arte y accesorios por medio de la publicidad y los banner sobre el tema.
- **Estrategia de promoción**

Presentar constantemente a nuestros seguidores promociones que incentiven las compras de más de una unidad y nos permitan llegar a más personas mediante la publicidad de las mismas logrando impactar en los estratos sociales 1, 2 y 3.

Lo lograremos de varias formas, principalmente la fotografía es una ayuda visual muy importante por lo cual vamos a realizar tomas que combinen más de una prenda para que la persona se motive a comprar más de una, por otro lado, las líneas de colores diversos de acuerdo al mes del año es una estrategia que siempre han implementado las grandes marcas de ropa porque funciona y por último en algunas prendas obsequiaremos un accesorio por su compra.

- **Estrategia de publicidad**

A las redes sociales como Facebook e Instagram se les cancela un valor de 20.000 pesos por publicación para que esta se promocione como un anuncio en la página de inicio de cada una, por otro lado vamos a contactar youtubers, influencers o páginas que publican contenido constantemente para que en las pausas publicitarias o anuncios, publiquen nuestras promociones del mes. Nuestras publicaciones y promociones se encuentran también en nuestra página web y en nuestras redes sociales en donde compartimos las promociones, nuevas líneas, estilos, ocasiones, eventos y datos útiles como tips para vestir, el precio que pagamos para la publicidad de nuestra página incentiva que más personas lleguen a ella y nuestras publicaciones tengan el alcance esperado, es una inversión que entra en nuestros costos de publicación.

Nuestras prendas de vestir cumplen con los requisitos de las últimas tendencias y lo que observamos que tiene gran demanda en nuestras ventas, también contamos con el clima como la oportunidad de incentivar ciertas prendas y jamás sacrificamos la calidad de las mismas.

El Black Friday es una tendencia actual que influye mucho en el comportamiento de compra por lo que contaremos con viernes de descuentos en nuestras prendas.

Las buenas acciones influyen sobre el reconocimiento de la marca e impactan positivamente en la comunidad que la sigue por lo que es importante dicho reconocimiento para impactar aún más en el mercado y lo siguiente puede ser una gran estrategia:

Estrategia: El arte es un idioma universal y para ello crearemos convenios con artistas talentosos aun no reconocidos que quieran exponer sus obras y ganar algo, nosotros serviríamos como canal para vender dichas obras a un adecuado precio y exponiendo también nuestros accesorios siempre con la idea de que los fondos recogidos se dirijan a fundaciones que se dediquen a ayudar a los más necesitados, por otro lado, queremos realizar recaudos de ropa y donar de nuestra líneas también.

- **Estrategia de distribución**

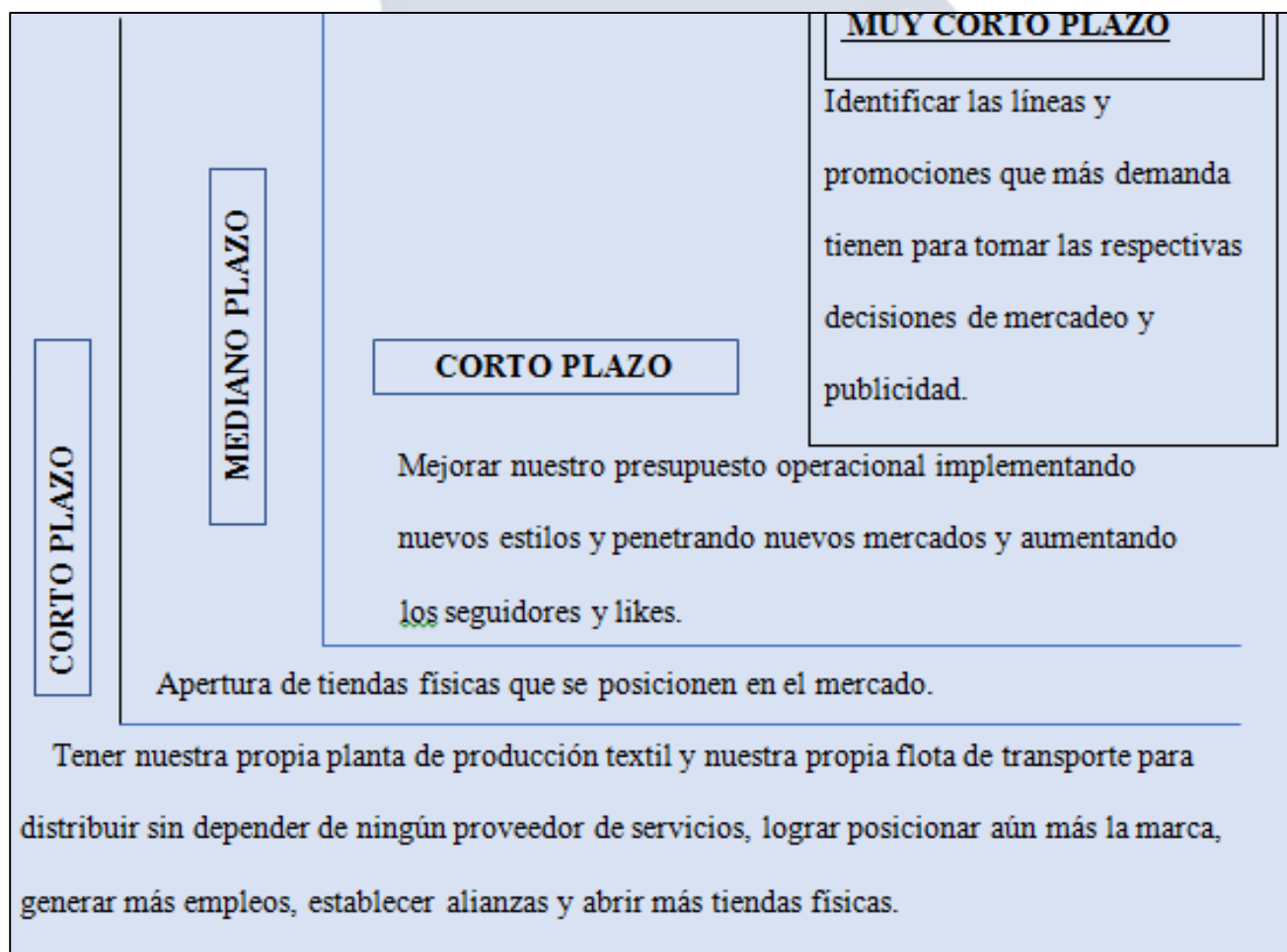
Contamos con dos personas encargadas de llevar el pedido a donde lo requiere el cliente dentro de la ciudad de Bogotá, en cuanto a envíos a nivel nacional contamos con proveedores como las redes de envíos más comunes en los departamentos, Interrapidísimo, Envía y Deprisa.

- **Estrategia de precio**

Nuestra prenda más económica está desde \$30.000 pesos colombianos y esto varía hasta los \$150.000 pesos colombianos, nuestros precios están basados en el poder de adquisición de los estratos 1, 2 y 3 lo cual nos brinda una oportunidad para algunos de nuestros mayores competidores ya que es un precio más asequible.

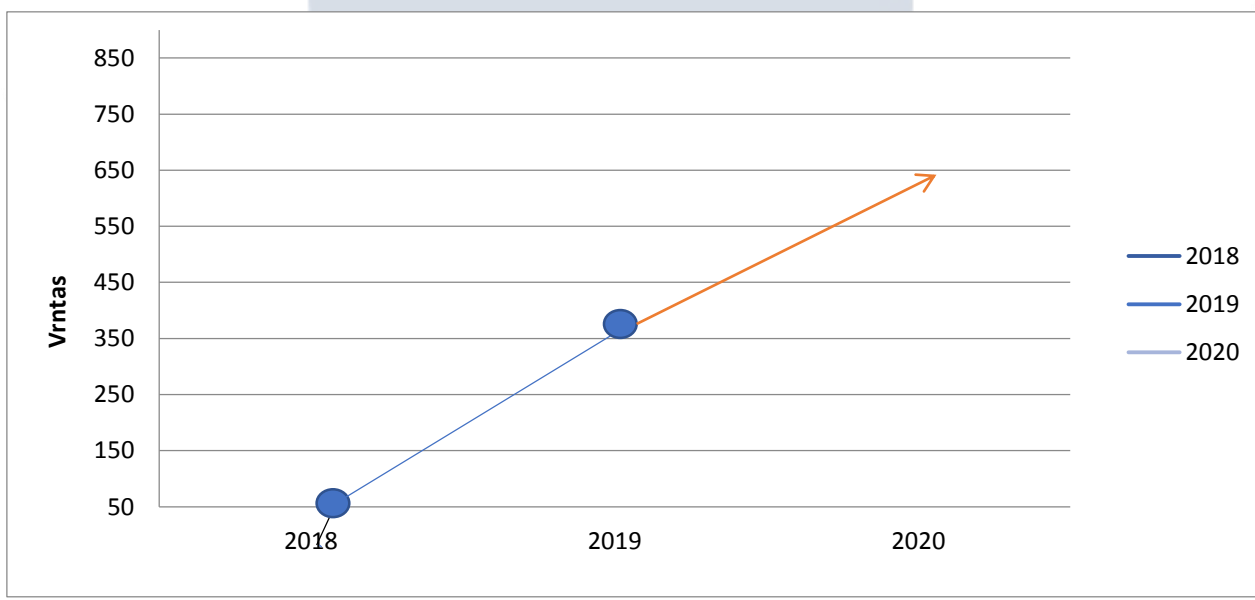
Prendas	Hombre	Mujer
Camisetas	A partir de 40.000	A partir de 35000
Busos	A partir de 55.000	A partir de 45.000
Pantalones	A partir de 60.000	A partir de 50.000
Bermudas	A partir de 30.000	N/A
Camisas	A partir de 50.000	A partir de 40.000
Accesorios	A partir de 30.000	A partir de 30.000

- **Proyección de ventas**



PROYECCIÓN DE VENTAS - RUFUS DC TIENDA VIRTUAL												
AÑO	VENTAS	Y	Z	YZ	Z ²							
2018	100	100	-2	-200	4							
2019	375	375	2	750	4							
2020?				Σ 550	Σ 8							
Δ =	$\frac{\Sigma 550}{\Sigma 8}$		●	$\frac{4}{2}$	<table border="1"> <tr> <td>Año base número de unidades</td> <td>375</td> </tr> <tr> <td>(+) Incremento de unidades</td> <td>138</td> </tr> <tr> <td>Ventas para el año 2019</td> <td>513</td> </tr> </table>		Año base número de unidades	375	(+) Incremento de unidades	138	Ventas para el año 2019	513
Año base número de unidades	375											
(+) Incremento de unidades	138											
Ventas para el año 2019	513											
Δ =	68,75 X 2 = 138 Unidades											

Mediante el siguiente gráfico identificamos el volumen de ventas que obtendremos en el año 2020 estimando los años 2018 y 2019 para ello deducimos que las ventas aumentarán en 138 unidades lo que nos brindará la oportunidad de obtener 613 prendas en total para el año 2020.

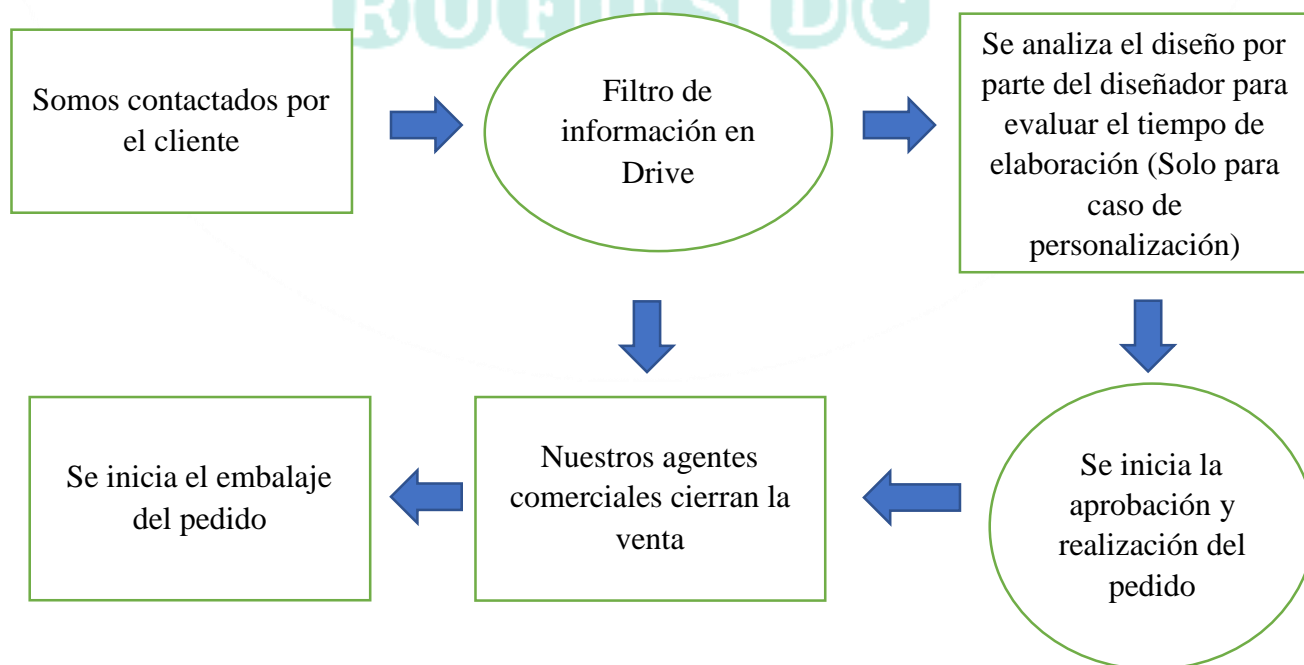


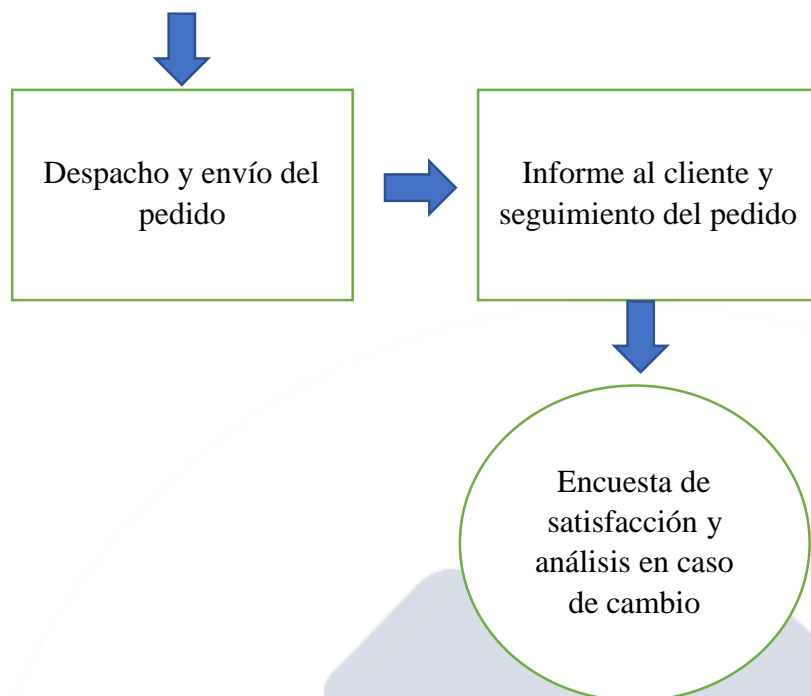
12. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- Resumen

La dirección general se encarga de verificar las tendencias, de generar estrategias junto al diseñador, de la parte administrativa y contable, por otro lado el diseñador realiza todas las ilustraciones que se aprueben para la marca o se soliciten como personalización, la parte de servicio al cliente que está en constante comunicación con la recepción de pedidos es la encargada de tramitar las devoluciones de los clientes, verificar y alimentar la base del inventario y tiene otra fase que es de atención a peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, también contamos con la recepción de pedidos y marketing de ventas en donde promocionan e intentan negociar de la mejor manera con los clientes y también cuentan con el manejo de los mensajeros.

- Proceso de compra





- **Contacto**

- **Correo electrónico:** rufusdcbogota@gmail.com - inforufus@gmail.com
- **Teléfono:** 322 208 75 85 – 313 343 64 54
- **Facebook:** Rufus DC
- **Instagram:** rufus_dc
- **Página Web:** www.rufusdc.com

RUFUS DC

- **Factura** Modelo de factura (Datos modificables)



RUFUS DC

TIENDA VIRTUAL

@RUFUS DC - FACEBOOK
RUFUS_DC - INSTAGRAM
RUFUSDCBOGOTA@GMAIL.COM
3133436454 - 3222087585

FACTURA NO: 0101

GABRIEL FERNANDEZ
CRA 19B # 56 - 67 CASA
103
TEL: 322 456 78 90

NO.	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO
4	CAMISETAS DEPORTIVAS	4	136.000

SUB TOTAL 136.000

IVA 25.840

TOTAL 161.840

RUFUS DC
SIGUENOS EN FACEBOOK E
INSTAGRAM Y CONOCE MÁS!

CONTÁCTANOS
3133436454 - 3222087585

- **Gastos**

RUFUS DC					
GASTOS FIJOS	Minuto	Hora	Día	Mes	
Página Web		\$1	\$49,86	\$1.197	\$35.900
Publicidad		\$3	\$173,61	\$4.167	\$250.000
Personal (Mensajeros)		\$39	\$2.361,11	\$56.667	\$1.700.000
Mercancía		\$23	\$1.388,89	\$33.333	\$1.000.000
Celular: Minutos Ilimitados/ Mensajes 1000/ Datos 5GB/ Internacional 500 minutos		\$1	\$77,64	\$1.863	\$55.900
Transportes (Rodamiento)		\$13	\$758	\$18.182	\$400.000
Internet 10 Megas		\$1	\$48	\$1.164	\$25.600
Total		\$81	\$4.857	\$116.572	\$3.467.400

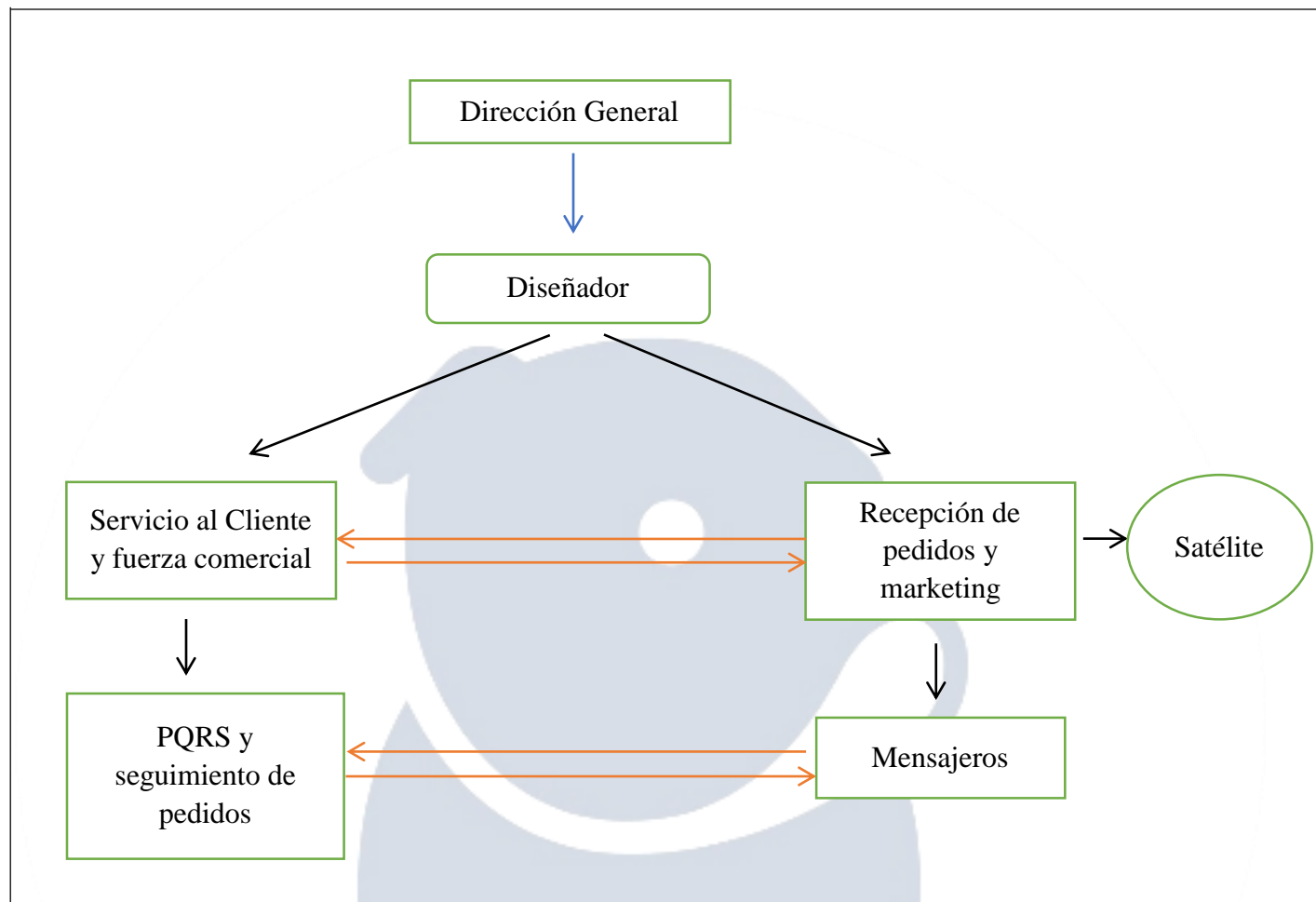
- **Objetivo general**

➤ Para el primer semestre del año 2020, tener alto nivel de reconocimiento como marca a nivel nacional.

- **Objetivos específicos**

- Cubrir las medianas y pequeñas empresas del país.
- Abrir nuestras primeras tiendas físicas luego del reconocimiento pero ya con diseños exclusivos para no tener que dividir en franquicias con los distribuidores que manejan nuestra marca.
- Ampliar nuestra gama de servicios ofrecidos.

- **Estructura organizacional**



RUFUS DC

13. DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El no contar con una tienda física a veces causa desconfianza en nuestros posibles clientes. • Las ventas se limitan solo a páginas web o redes sociales. • El impacto de las publicaciones puede verse afectado por la gran cantidad de publicidad que reciben los posibles clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas pasan una buena cantidad de tiempo en las redes sociales y en internet lo cual nos abre una gran gama de oportunidades de impactar en otros departamentos para que el posicionamiento de nuestra marca sea efectivo. • Los emprendedores encuentran en internet una solución a su búsqueda de proveedores accediendo a fotos y cotizaciones en tiempo real. • El mercado actual en la web nos permite manejar una filosofía sin estratos.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El alcance que tenemos sobre nuestros clientes es una gran fortaleza, permitiéndonos una cobertura nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • La cantidad de artículos que se venden online puede afectar el alcance de la publicación porque brinda la oportunidad para el cliente

<ul style="list-style-type: none">• Manejamos precios más económicos que una tienda física o negocio local al no tener ciertos gastos que esto requiere.• Tener un catálogo virtual permite que el cliente logre ver la dimensión completa de los productos a un menor tiempo y con una atención personalizada.• Los requerimientos de envío y los tiempos para ello personalizan la experiencia del cliente acercándola a la mayor comodidad posible.	<p>de comparar.</p> <ul style="list-style-type: none">• El pago de manera contraentrega puede ser una amenaza si se presta para robos, fraudes o extorsiones.• Tratar con personas de dudosa reputación.



RUFUS DC

14. LEAN CANVAS

MODELO LEAN CANVAS – RUFUS DC				
<p>PROBLEMA: Las personas en sus diferentes ocupaciones no cuentan con el tiempo necesario para realizar sus compras, específicamente de ropa y accesorios.</p>	<p>SOLUCIÓN: Creación de una página en donde se puedan procesar compras, pagos, acceder al catálogo de prendas y accesorios y solicitar envíos, dicha página estará disponible en la web y en redes sociales como Facebook e Instagram Bussiness</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR: Generamos descuentos y precios más competitivos que la mayoría de la competencia ya que al ser una tienda virtual eliminamos costos como el pago de servicios públicos y arriendos lo cual nos brinda la posibilidad de competir con mejores precios, realizamos cambio de productos, brindamos garantía por ellos, garantizamos también el cumplimiento de los plazos de envío establecidos, brindamos la opción de pagar en efectivo contra entrega, enviamos el catalogo virtual por medio de e-mail marketing, factura virtual y personalizamos prendas sin costo adicional.</p>	<p>VENTAJAS ESPECIALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generación de confianza mediante la opción de pago contra entrega • Reconocimiento por personalización de prendas • Facilidad de adquisición de prendas y accesorios. 	<p>SEGMENTACIÓN DEL MERCADO: Personas con edades entre 21 y 50 años de edad ubicadas en el territorio colombiano, que tengan fácil acceso a internet y que cuenten con poder adquisitivo a partir de 1 SMLV, estas deben tener el deseo de adquirir prendas bajo la modalidad web en donde se les brinde la opción de pago en efectivo y que gusten también de personalizar sus prendas y accesorios.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Actualizaciones • Asuntos legales • Envíos • Mercancía 	<p>MÉTRICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la página y posicionarla • Realizar pagos por anuncios y publicidad • Seguimiento constante de estadísticas de seguimientos y visualizaciones de las publicaciones • Publicación constante 		<p>CANALES DE ACCESO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página web • Facebook • Instagram • Revistas • Desfiles de moda • Tiendas de ropa 	
<p>GASTOS MENSUALES DE LA PÁGINA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página Web: \$35.000 • Publicidad en redes: \$250.000 • Personal de envío: \$1.500.000 • Producto: \$1.000.000 • Transporte \$400.000 <p style="text-align: right;">TOTAL: \$3.185.000</p>		<p>FLUJO MENSUAL DE INGRESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas: \$7.000.000 • Marketing y venta de espacios publicitarios: \$650.000 <p style="text-align: right;">TOTAL: \$7.650.000</p>		
<p>GANANCIA NETA MENSUAL EN RUFUS DC: \$4.465.000</p>				

15. BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía de Bogotá (2018), Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=316>
- Cámara de comercio de Bogotá, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/>
- <http://bogota.gov.co/tag/dane>
- Recuperado de: <https://saloncreatex.com/>
- Recuperado de: <https://saloncreatex.com/?d=sub&s=2022&p=12918&i=1>
www.subredsueroccidente.gov.co/
- Recuperado de: <https://actualicese.com/actualidad/2018/11/30/ecommerce-mueve-cada-vez-mas-el-bolsillo-de-los-colombianos/>
- Recuperado de: https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fe00-expansion.uecdn.es%2Fassets%2Fmultimedia%2Fimagenes%2F2018%2F02%2F01%2F15174797042544_674x0.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.expansion.com%2Feconomia-digital%2Finnovacion%2F2018%2F02%2F01%2F5a72e73a22601db2288b4658.html&
- Recuperado de: Recuperado de: https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF esCO814CO814&tbm=isch&q=principales+actividades+comerciales++textilera+de+colombia+2017&chips=q:principales+actividades+comerciales+textilera+de+colombia+2017,online_chips:fabricato.online_chips:sector+textil,online_chips:medell%C3%ADn&sa=X&ved=0ahUKEwi9666IudHhAhXOwVkKHWLKC HAQ4IYIKygB&biw=1366&bih=625&dpr=1#imgcl=LVxYa1sJEMM_M:
- Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/>

- Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/el-19-de-los-asalariados-en-el-pais-gana-menos-del-minimo-524288>
- Recuperado de: <https://www.eempleo.com/co/noticias/investigacion-laboral/cuantos-millones-de-desocupados-hay-en-colombia-5792>
- Recuperado de: <https://www.loencontraste.com/noticias/comercio-electronico/e-commerce-una-tendencia-creciente-en-colombia>

