



Rainbow Colombia

Análisis Empresarial Rainbow Colombia

Isabella Chaves Chacua  
Jorge Andrés Sequera Gutierrez  
Isabella Silva Bustamante

Bogotá, D.C, Colombia

2024-1



Rainbow Colombia

Análisis Empresarial Rainbow Colombia

Isabella Chaves Chacua  
Jorge Andrés Sequera Gutierrez  
Isabella Silva Bustamante

Tutor: Luz Andrea Pinzón Aleman

Administración en Logística y Producción  
Marketing y Negocios Digitales

Bogotá, D.C, Colombia

2024-1

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaramos bajo la gravedad de juramento, que hemos escrito el documento de título “Rainbow Colombia”, en la opción de grado Programa Avanzado de Dirección de Empresas III, y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Isabella Chaves Chacua

Jorge Andrés Sequera Gutierrez

Isabella Silva Bustamante

### **Declaración de exoneración de responsabilidad**

Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Isabella Chaves Chacua

Jorge Andrés Sequera Gutierrez

Isabella Silva Bustamante

## Tabla de contenido

Declaración de originalidad y autonomía .....	3
Declaración de exoneración de responsabilidad .....	4
Glosario.....	9
Resumen.....	10
Abstract.....	11
1. Introducción .....	12
1.1 Rainbow Colombia .....	13
1.2 Objetivo de investigación .....	14
1.2.1 Objetivo general.....	14
1.2.2 Objetivos específicos .....	14
2. Análisis .....	15
2.1 Análisis de sector .....	15
2.2 Análisis de Tendencias y Mercado.....	17
2.3 Análisis de competidores .....	19
3. Presentación del Modelo de Negocio .....	21
3.1 Lean Canvas .....	21
3.2 Buyer persona.....	23
4. Diagnóstico Rainbow.....	24
4.1 Área comercial .....	25
4.2 Área de mercadeo .....	26
4.3 Área financiera.....	28
4.4 Área administrativa.....	29
4.5 Área de producción.....	30
5. Diagnóstico cargos Rainbow .....	31
5.1 Gerente General: Camilo Méndez .....	31
5.2 Gerente de Marketing: Maria Belén Benavides.....	32
5.3 Contador: Luis Delgado .....	33
5.4 Asesores comerciales .....	34
5.5 Asistente/recepcionista: Tatiana Vargas .....	35

6.	DOFA.....	35
6.1	DOFA cruzado .....	36
7.	Análisis actual Página Web y Redes Sociales .....	37
7.1	Página Web .....	37
7.2	Instagram.....	39
8.	Plan de mejora.....	40
8.1	Objetivo General.....	40
8.2	Embudo de ventas .....	40
8.2.1	TOFU .....	41
8.2.2	MOFU .....	42
8.2.3	BOFU.....	43
9.	Proyección de ventas.....	45
10.	Proyección PYG.....	49
11.	Conclusiones.....	50
12.	Bibliografía .....	51

## Lista de Figuras

Figura 1 Modelo de filtro HEPA .....	14
Figura 2 Muertes por País calidad del aire.....	16
Figura 3 Porcentaje del mercado de filtros por tecnología .....	17
Figura 4 Mercado de purificadores de aire por región.....	18
Figura 5 Análisis de la competencia debilidades y fortalezas .....	20
Figura 6 Análisis eficiencia purificadores de la competencia .....	21
Figura 7 Lean Canvas .....	23
Figura 8 Buyer Persona.....	24
Figura 9 Buscador página web Rainbow .....	27
Figura 10 Instagram Rainbow.....	28
Figura 11 Organigrama Rainbow.....	31
Figura 12 Análisis DOFA .....	36
Figura 13 DOFA Cruzado.....	37
Figura 14 Análisis de rendimiento página web Rainbow .....	38
Figura 15 Evaluación Instagram de Rainbow .....	39
Figura 16 Embudo de ventas.....	40
Figura 17 Mockup publicidad en Instagram y Facebook.....	41
Figura 18 Reels de doctores especializados.....	43
Figura 19 Mockup Email Marketing.....	44
Figura 20 Plan de beneficios.....	45
Figura 21 Ventas 2023 .....	46
Figura 22 Proyección anual canal directo 2025 .....	46
Figura 23 Proyección anual nuevo canal 2025 .....	47
Figura 24 Participación mensual.....	47
Figura 25 Proyección de venta: Canal directo y omnicanal .....	48
Figura 26 Ventas actuales y proyectadas 2025 .....	48
Figura 27 Proyección PYG .....	49

**Lista de Tablas**

Tabla 1 Calidad del aire por ciudad .....	18
-------------------------------------------	----

## Glosario

**Engagement:** “Interacción de los usuarios con el contenido, en este contexto, especialmente en redes sociales como Instagram, donde se evalúa el compromiso de los seguidores con las publicaciones” (Alalwan, 2018).

**Filtro HEPA:** Esta clase de filtro de aire puede remover hasta el 99.97% del polvo, polen, moho y cualquier partícula que circule en el aire del tamaño de hasta 0.3 micrones. La especificación de diámetro de 0.3 micrones responde al peor de los casos; el tamaño de partículas más penetrante (TruSens, 2024).

**Mock Up:** “Montaje que realizan los diseñadores gráficos para mostrar una simulación que permite ver el logotipo plasmado en las diferentes plataformas digitales” (Seoestudios, 2021).

**SEO (Search Engine Optimization):** “Prácticas utilizadas para mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de los motores de búsqueda, como se menciona en el análisis detallado de la página web de Rainbow” (Ellis, 2023).

## Resumen

El aumento de la preocupación por la contaminación del aire y sus efectos en la salud ha impulsado la demanda de purificadores de aire, especialmente en países como Colombia. Se espera que el mercado de estos dispositivos experimente un crecimiento significativo, impulsado por factores como la pandemia de COVID – 19.

Este trabajo expone un plan de mejora para la empresa Rainbow, el cual fue objeto de estudio durante el primer semestre de 2024. Esta empresa se destaca por su enfoque innovador y productos de alta calidad, ofreciendo soluciones integrales para mejorar la calidad del aire, purificadores de aire con una tecnología avanzada. Rainbow se dirige principalmente a hogares de estratos altos y hospitales, proporcionando un ambiente más limpio y saludable.

Se realizó un diagnóstico que revela tanto sus áreas de excelencia como las oportunidades de mejora, con el objetivo de obtener una visión del comportamiento de la empresa y cómo el entorno ha influido en su actividad. Esto permitió identificar estrategias que podrían ser adoptadas para generar más ventas y visibilidad.

**Palabras claves:** Contaminación del aire, Purificadores de aire, Salud, Estrategia de mejora.

## Abstract

The increase in concern about air pollution and its effects on health has driven the demand for air purifiers, especially in countries like Colombia. The market for these devices is expected to experience significant growth, driven by factors such as the COVID-19 pandemic.

This work presents an improvement plan for the company Rainbow Colombia, which was studied during the first half of 2024. This company stands out for its innovative approach and high-quality products, offering comprehensive solutions to improve air quality, with advanced technology air purifiers. Rainbow Colombia primarily targets high-income households and hospitals, providing a cleaner and healthier environment.

A diagnosis was conducted that reveals both its areas of excellence and opportunities for improvement, with the goal of obtaining a vision of the company's behavior and how the environment has influenced its activity. This allowed for the identification of strategies that could be adopted to generate more sales and visibility.

**Keywords:** Air pollution, Air purifiers, Health, Improvement strategy.

## 1. Introducción

La creciente preocupación por la contaminación ambiental y sus impactos en la salud ha generado un interés cada vez más profundo en la calidad del aire que se respira. El 99% de la población mundial respira aire contaminado (Naciones Unidas, 2022). En países como Colombia, donde factores como la humedad y la contaminación pueden agravar la situación, la demanda de purificadores de aire está en constante aumento. Según un estudio reciente sobre las tendencias de estos dispositivos, se espera que el mercado de purificadores de aire experimente un crecimiento superior al 12% entre 2024 y 2029 (Mordor Intelligence, 2024).

Los purificadores de aire son dispositivos diseñados para eliminar los contaminantes presentes en el aire, creando un ambiente más limpio y saludable para respirar. Actualmente, el mercado de estos dispositivos está dominado por la región de Asia-Pacífico, debido a su gran población y al aumento de la contaminación en países como India y China. Además, la conciencia sobre la importancia del aire ha aumentado significativamente como resultado de la pandemia de COVID-19. Esto ha generado un incremento en la demanda de purificadores en regiones como América Latina (Expert Market Research, 2023).

Debido a ello, surge la necesidad de soluciones que fomenten ambientes interiores más limpios y saludables, especialmente en Colombia, donde la variabilidad en la calidad del aire es evidente. Esta situación se refleja en herramientas como el Índice de Calidad del Aire (AQI), que diariamente pronostica los niveles de contaminación del aire y su impacto en la salud.

## 1.1 Rainbow Colombia

Rainbow Colombia se destaca como una solución viable en el mercado de purificadores de aire, siendo un actor clave en esta industria en constante evolución. Su enfoque innovador y sus productos de alta calidad reflejan su determinación para liderar el mercado y contribuir al bienestar de las familias colombianas.

La empresa se distingue por su sistema de purificación doble, filtra el 99% de los contaminantes, complementado con un filtro HEPA que se encarga del 1% restante, convirtiéndose en el único en el mercado con esta capacidad. Además de su eficacia en la purificación del aire, Rainbow ofrece una gama de accesorios que agregan valor, como la escoba eléctrica y otros dispositivos, contribuyendo a mantener un ambiente limpio. Sus dispositivos cuentan con más de tres certificaciones que aseguran productos de calidad y eficiencia.

Rainbow se compromete a proporcionar soluciones completas para mejorar la calidad del aire en los hogares, reflejado en la diversidad de accesorios y funciones diseñados con este fin. Al ofrecer un enfoque integral para el cuidado del aire interior, no solo mejora la calidad de vida de sus clientes, sino que también ayuda a mitigar la transmisión de enfermedades respiratorias, garantizando un entorno seguro para toda la familia.

## Figura 1

### *Modelo de filtro HEPA*



Fuente: Rainbow Colombia, 2023

## 1.2 Objetivo de investigación

### *1.2.1 Objetivo general*

Analizar la posición de Rainbow Colombia en el mercado nacional de purificadores de aire y proponer mejoras para impulsar su presencia y ventas a través de su página web y redes sociales.

### *1.2.2 Objetivos específicos*

- Analizar el mercado colombiano para identificar oportunidades y desafíos para Rainbow Colombia.
- Identificar el rendimiento de los canales digitales de Rainbow Colombia, y proponer alternativas en su presencia en página web y redes sociales.
- Proponer estrategias para mejorar las ventas de Rainbow Colombia, teniendo en cuenta los análisis previstos.

## 2. Análisis

### 2.1 Análisis de sector

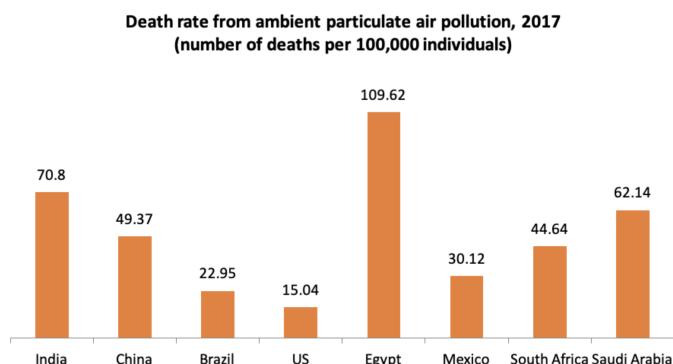
Como se mencionó anteriormente, el mercado de los purificadores ha aumentado en los últimos años y del cual también tuvo un impulso gracias a la pandemia del COVID-19. Adicionalmente, la creciente tendencia global hacia la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente está ejerciendo su impacto en el mercado; también es importante mencionar que las empresas enfocadas en los purificadores cada vez buscan que sus procesos de fabricación sean más respetuosos con el medio ambiente, lo que es coherente con la responsabilidad social de los países, buscando disminuir el uso de energía y la huella de carbono.

El mercado está experimentando un cambio hacia la personalización y la especialización. Los fabricantes adaptan sus productos a problemas específicos, como alergias, asma o sensibilidades químicas. Este enfoque de nicho permite a las empresas satisfacer una amplia gama de necesidades y preferencias de los clientes, lo que impulsa aún más el crecimiento del mercado (Imarc, 2024).

Además, su crecimiento también se debe a la contaminación en el aire presente en los últimos años, según la OMS se estima que más de cuatro millones de muertes en todo el mundo cada año se atribuyen a la contaminación del aire ambiental y las personas que no mueren tienen un mayor riesgo de enfermedades cardiovasculares, accidentes cerebrovasculares, cáncer de pulmón y aumento en los riesgos de infecciones respiratorias agudas. A continuación, se muestra una gráfica sobre las muertes causadas en diferentes países debido a la mala calidad del aire.

## Figura 2

### *Muertes por País calidad del aire*



Fuente: Reproducido de, *Air Purifier Market Size, Share & Growth. Opportunities and Forecast, 2020-2027*, por Holtop, (2022) .

Como se puede observar, los países más desarrollados tienen las cifras más altas de personas afectadas por esta problemática y aunque en América Latina no son relativamente altas, las personas cada vez son más conscientes, por lo que existe una oportunidad de crecimiento en estos países.

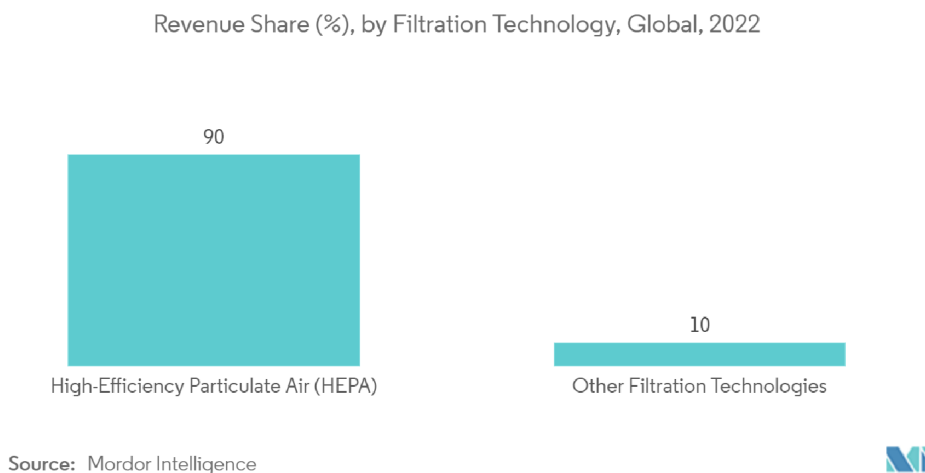
Actualmente, existen cuatro tecnologías principales de filtrado disponibles en el mercado de purificadores de aire de alta eficiencia: captura de partículas como HEPA, carbón activado, entre otros.

- Purificadores por captura de partículas: Filtran y eliminan las partículas sólidas que se encuentran en el aire, como polvo, polen, ácaros entre otros.
- Purificadores de aire por carbón activado: Se utilizan principalmente para eliminar olores, humo y contaminantes gaseosos en el aire.

A continuación, se muestra la participación en el mercado de purificadores según su tecnología.

### Figura 3

#### Porcentaje del mercado de filtros por tecnología



Fuente: Reproducido de *Mercado de purificadores de aire—Tendencias, crecimiento y tamaño*, por Mordor Intelligence, (2024).

Por lo tanto, según Mordor Intelligence, se espera que la tecnología HEPA sea la que domine el mercado a nivel mundial en los próximos años.

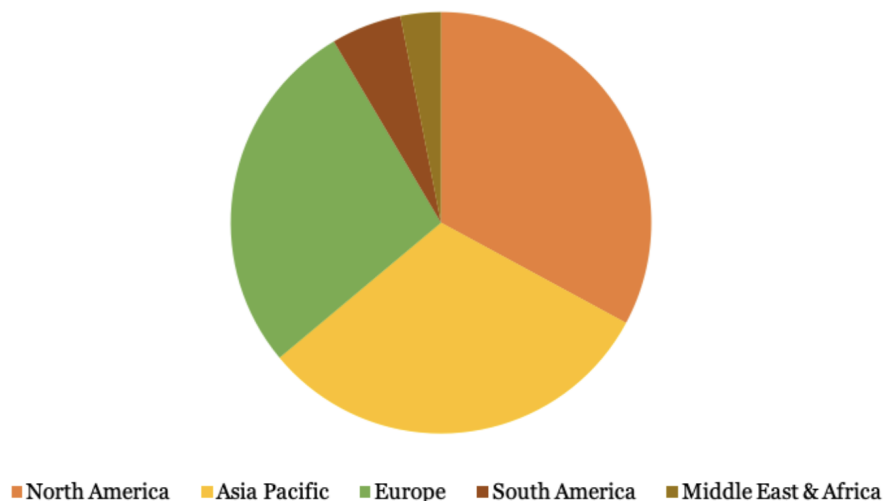
## 2.2 Análisis de Tendencias y Mercado

Según el análisis de Holtop (2022) y Mordor Intelligence (2024), se espera que hasta el 2029, el mercado tenga un retorno de la inversión entre el 9% y 12%, actualmente los países con mayor participación de compra son también los que más altas tasas de contaminación tienen, como se observa en la gráfica. Sin embargo, también se puede evidenciar que, aunque Suramérica tiene un porcentaje pequeño, ya hace parte de esta por lo que hay una oportunidad de penetración de mercado dentro de los países Latinoamericanos y una creciente preocupación de bienestar por sus habitantes.

## Figura 4

*Mercado de purificadores de aire por región*

**Global Air Purifier Market, by Region, 2018 (% share)**



Fuente: Reproducido de, *Air Purifier Market Size, Share & Growth. Opportunities and Forecast, 2020-2027*, por Holtop, 2022 .

Ahora centrándonos en el mercado colombiano, las ciudades con un índice de calidad de aire (ICA) más bajo y una contaminación más alta al mes de marzo, según la página IQair, son:

### Tabla 1

*Calidad del aire por ciudad*

Ciudad	ICA (Calidad del aire)
Bello	72
Envigado	72
Bogotá	68
Medellín	65

Fuente: Adaptado de *Índice de calidad del aire (ICA) e Información sobre la contaminación del aire en Colombia*, por (IQAir, 2024).

Según el SIAC (Sistema de Información Ambiental de Colombia) aunque la calidad de aire sea moderada, no es la óptima, por lo que representa un riesgo para la salud para la

población de personas mayores a los 80 años. También es importante mencionar que 1 de cada 8 colombianos sufre de asma y es la enfermedad más crónica en niños (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020), lo que a su vez desencadena alergias y otras enfermedades respiratorias, que podrían prevenirse con los purificadores de aire.

### **2.3 Análisis de competidores**

En Colombia, en el mercado de purificadores de aire existen más de diez empresas que ofrecen una variedad de productos. Sin embargo, la posición de Rainbow se destaca por la singularidad de sus productos, que ofrecen una dualidad de funciones. Esta característica le permite destacarse en un mercado saturado.

Airlife es una empresa que opera en más de diez países y se enfoca en purificadores de aire para hogares y automóviles, su enfoque en el diseño adaptable al aire acondicionado ofrece una ventaja. Sin embargo, su tamaño puede limitar su alcance a nuevos clientes (Airlife Colombia, 2024).

Dyson es conocida por su tecnología y diseño moderno, sus purificadores de aire cuentan con la filtración HEPA, su reputación con otros productos atrae a nuevos consumidores. Sin embargo, la falta de tiendas físicas en el país dificulta su accesibilidad y visibilidad (Dyson, 2024).

Samsung es una empresa reconocida en diversas áreas del negocio, sus purificadores cuentan con filtración HEPA. La marca establecida y presencia global genera confianza en la calidad (Samsung Colombia, 2024). Por otro lado, la competencia en otras áreas puede afectar el

enfoque a los purificadores. Al igual que Oster, su diversificación puede afectar la línea de estos dispositivos (Oster Colombia, 2024).

Asimismo, se muestran las fortalezas y debilidades de los competidores.

## Figura 5

### *Análisis de la competencia debilidades y fortalezas*

	Airlife	Dyson	Samsung	Oster
Cliente objetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas las cuales les interese la tecnología para la innovación del aseo en el hogar.</li> <li>• Personas que les guste la tecnología.</li> <li>• Consumidores que se interesen por el aseo del hogar.</li> </ul>			
Imagen de la marca	Integridad y calma	Profesionalismo e innovación	Poder y valor	Neutralidad y sencillez
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena promoción de marca con medios digitales, muestra temas de interés para el consumidor (demuestra compañía y sabiduría).</li> <li>• Productos efectivos y buena gama de servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena promoción de la tecnología y beneficios (genera confianza al consumidor).</li> <li>• Tecnología innovadora (productos efectivos).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena reputación de sus productos.</li> <li>• Presencia en varios países.</li> <li>• Presenta presencia en el mercado colombiano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca conocida por el público colombiano.</li> <li>• Productos conocidos por tener buen precio y excelente calidad.</li> </ul>
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene gran presencia en el mercado colombiano (lugares limitados para adquirirlo).</li> <li>• La marca no presenta gran posicionamiento en el mercado colombiano, aunque tenga buena presencia en otros países como Estados Unidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca gama de productos.</li> <li>• Poca promoción a Colombia ( limitada participación en el mercado).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca promoción a los purificadores de aire (no se enfocan en la publicidad del hogar).</li> <li>• Costosos purificadores de aire en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posible rechazo en algunos productos del hogar por parte de los consumidores en el mercado.</li> <li>• No genera la misma promoción de productos.</li> </ul>
Marketing	Estrategia de publicidad digital (página web y redes sociales).	Estrategia de publicidad digital (página web y redes sociales).	Buena promoción en canales tradicionales y patrocinio de varios eventos.	Genera buena promoción en sus canales digitales, menor posicionamiento en canales tradicionales.

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

## Análisis eficiencia purificadores de la competencia

	Airlife	Dyson	Samsung	Oster
<b>Tipo de uso:</b> (Espacio para el cual fue diseñado: Hogar/oficina/industrial)	<ul style="list-style-type: none"> <li>El tipo de cliente que manejan son aquellas personas que posean un vehículo y quieren un purificador de aire para mejorar un espacio el cual es recurrente en las familias que son los vehículos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dyson diseña sus purificadores principalmente para los hogares. De igual manera, pueden ser usados en entornos de oficina y en espacios comerciales más pequeños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Están creados principalmente para su uso en el hogar y en oficinas, priorizando la comodidad, un diseño moderno y tecnología de vanguardia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los purificadores de aire de Oster están pensados para mejorar la calidad del aire en espacios interiores como hogares, departamentos y oficinas pequeñas.</li> </ul>
<b>Nivel de ruido (dB)</b>	30dB-45dB	MÁS BAJO 20dB-30dB	MÁS BAJO 20dB-30dB	MÁS ALTO 30dB-50dB
<b>Costo promedio de los productos (USD)</b>	\$100-\$300	MÁS ALTO \$400-\$800	\$200-\$500	MÁS BAJO \$50-\$150
<b>CADR (Clean Air Delivery Rate):</b> Es una medida de la cantidad de aire limpio que el purificador puede producir por minuto. Un CADR alto indica una mayor eficiencia en la purificación.				
<b>CADR promedio (140 m<sup>3</sup>/h)</b>	<b>MUY BAJO</b> Los filtros de sus productos no son tan especializados para un espacio amplio. 140>x	<b>MUY ALTO</b> Es la que presenta mayor CADR sin embargo, es la que consume más energía. 140<x	<b>ALTO</b> Es la más óptima ya que presenta un buen equilibrio entre CADR y consumo de energía. 140<x	<b>BAJO</b> Los filtros son bajos para los purificadores normales, por lo cual hay que ir por la marca premium para un mejor CADR. 140>x

*Nota:* Comparación CADR: Se calculó el CADR promedio con un espacio base de: Largo 10 (m), Ancho (5)m, Altura (2,8m) y Cambio De Aire de 5 para poder realizar la medición. Con ello, se promedia para calcular que tan alto o bajo es la eficiencia de cada purificador según filtros. Fuente: (Unidad Tecnológica de Voluntariado, 2024)

### 3. Presentación del Modelo de Negocio

#### 3.1 Lean Canvas

Rainbow se enfoca en abordar el problema de la mala calidad del aire, en respuesta al creciente número de alergias y problemas respiratorios. La empresa busca ofrecer alternativas innovadoras a los métodos tradicionales de purificación. Su segmento de clientes está compuesto

por hogares de estratos altos, familias numerosas que enfrentan estos desafíos de salud y hospitales especializados en el tratamiento de pacientes con dificultades respiratorias. Rainbow se distingue gracias a su doble sistema de purificación, un servicio al cliente ágil y una amplia gama de accesorios. Su propuesta de valor resume la idea de "Un hogar más limpio y saludable sin esfuerzo", y para los hospitales "Aire puro, sin apuro, para un cuidado seguro", resaltando cómo sus dispositivos no solo ahorran tiempo, sino también mejoran la salud de manera efectiva.

Los purificadores de aire son de gran ayuda para ambos segmentos, más para los hospitales, quienes tienen riesgo de infecciones respiratorias que surgen de la contaminación en el aire. Además, que es de vital importancia para ellos tener un entorno limpio, específicamente para las unidades de cuidados intensivos. Por último, al no funcionar de manera ruidosa, no interfiere con el descanso y recuperación de los pacientes, manteniendo un ambiente cómodo y tranquilo.

Por otro lado, las métricas clave que consideramos fueron incremento de nuevos clientes, satisfacción y retención de este, y venta, además de un indicador financiero como el ROI, para medir la eficacia de las inversiones y si es necesario actuar. También agregamos la tasa de conversión en la página web, para evaluar si la página está bien diseñada y ofrece una buena experiencia para aumentar las ventas.

Figura 7

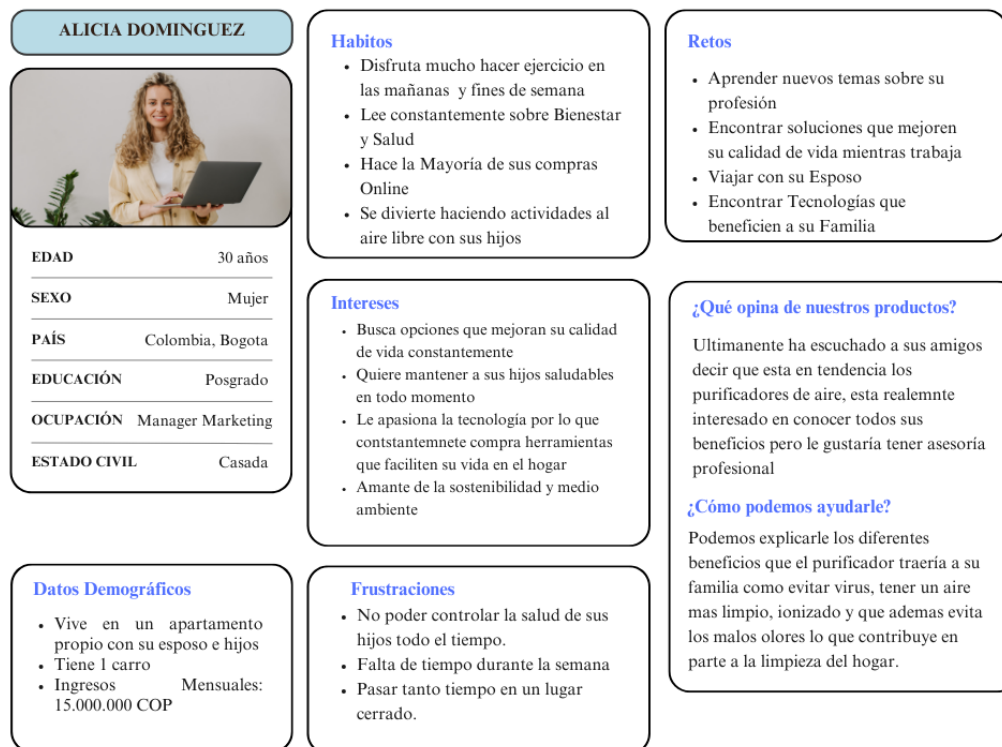
## Lean Canvas



Fuente: Elaboración propia

## 3.2 Buyer persona

El buyer persona de Rainbow se definió como una persona con estabilidad económica, un salario alto y la cual ya tiene una familia en donde uno de sus principales motivadores son su familia, por lo que se preocupa constantemente por brindarles lo mejor, viven en una de las ciudad más contaminadas del país, trabaja algunos días desde casa y le encanta compartir tiempo con sus hijos por lo que constantemente están buscando herramientas tecnológicas de limpieza y bienestar que hagan su vida más fácil y trayendo muchos beneficios a su familia.

**Figura 8***Buyer Persona*

Fuente: Elaboración propia

#### 4. Diagnóstico Rainbow

A continuación, se muestra un diagnóstico de Rainbow Colombia, explorando sus operaciones para identificar tanto sus áreas de excelencia como aquellas que presentan oportunidades de mejora. Este análisis servirá como base para el desarrollo de estrategias innovadoras destinadas a optimizar oportunidades de esta.

## 4.1 Área comercial

El área comercial se dedica principalmente a la venta de purificadores de aire y cuenta con un equipo de 12 asesores especializados en ventas. Sus funciones abarcan desde el cliente hasta el seguimiento posventa, pasando por la presentación del producto y el cierre de negocios. Además, el equipo cuenta con recursos como una oficina para reuniones y capacitaciones.

La tecnología utilizada es el sistema RBO, que permite gestionar datos de clientes y asesores para un seguimiento eficaz del rendimiento y garantizar un óptimo servicio. El canal de ventas se enfoca en el asesoramiento directo, atiende a empresas particulares interesadas en el producto y sus beneficios. Actualmente, Rainbow alcanza un promedio mensual de 32 purificadores vendidos, con una ganancia neta del 26% por venta. La empresa exhibe una buena solidez financiera, respaldada por varios factores:

- Rentabilidad: La ganancia neta del 26% por venta demuestra la capacidad para generar ingresos significativos por cada unidad vendida.
- Estabilidad de ingreso: Una facturación mensual de 160 millones de pesos proporciona una base financiera estable.

En esta área, se identificaron algunas fortalezas:

- Recursos para el desarrollo del negocio: Rainbow Colombia cuenta con los recursos necesarios para facilitar el rápido desarrollo del negocio, lo que incluye herramientas de marketing y capacitación para el personal de venta. Esto permite que las personas puedan iniciar y expandir sus operaciones.

- **Amplia red de contactos:** Cada nuevo contacto se convierte en una red potencial para realizar los análisis de contaminación en las casas. Esta red aumenta la oportunidad de llegar a más clientes y expandir la base.
- **Interacción con los clientes:** La capacidad de realizar un análisis de contaminación proporciona a la empresa una ventaja competitiva, ya que ofrece un servicio adicional que va más allá de la simple venta del producto. Esto aumenta las oportunidades de interactuar con los clientes y brindar una experiencia personalizada.

Así mismo, identificamos una debilidad:

- **Desconfianza en ventas directas:** Se percibe una desconfianza generalizada en Colombia por la inseguridad, lo que dificulta la aceptación de los servicios ofrecidos por Rainbow. La falta de confianza puede llevar a una mayor resistencia por parte de los clientes y dificulta el proceso de venta.

## **4.2 Área de mercadeo**

Las principales funciones de este departamento incluyen la promoción y posicionamiento del producto en el mercado. El equipo de Rainbow está compuesto por la Gerente de marketing, Community Manager y el fotógrafo. Ellos se encargan de crear estrategias de marketing, gestionar las redes sociales y mantener actualizada la página. También se cuenta con una oficina para reuniones. Para llevar a cabo estas tareas, se emplean herramientas de gestión de redes

sociales, análisis de datos y Google Ads. Es importante resaltar que, la venta se realiza principalmente a través de redes sociales como Instagram y página web, dirigiéndose a empresas y familias preocupadas por la calidad del aire.

Identificamos que la mayor fortaleza del área es el conocimiento del mercado; Rainbow ha demostrado tener una capacidad sólida para comprender las necesidades del mercado y segmentar de manera efectiva sus campañas publicitarias en canales digitales. Sin embargo, una de sus debilidades se centra en la competencia desleal en la publicidad en línea. La realización de estas pautas en Google se ve obstaculizada por la presencia de personas que suplantan la identidad de asesores técnicos de la empresa, lo que conduce a prácticas desleales y confusión entre los clientes.

## Figura 9

### *Buscador página web Rainbow*



Fuente: Rainbow Colombia, 2023

## Figura 10

### Instagram Rainbow



Fuente: (Rainbow Colombia, 2024)

## 4.3 Área financiera

La actividad clave es la gestión financiera y contable de la empresa. El equipo está compuesto por un contador, encargado de gestionar los ingresos, egresos, impuestos y nómina. Este cuenta con un software contable, herramientas de gestión financiera y una oficina.

Los ingresos mensuales por venta son en promedio 32 purificadores vendidos en un mes; la ganancia neta por unidad vendida es de \$5.000.000 para un total de \$160.000.000; teniendo unos gastos mensuales por equipo vendido de \$1.300.000. La empresa está respaldada por ingresos consistentes, un margen de ganancia neto positivo y una gestión financiera eficiente. Esto sugiere una base sólida que puede soportar el crecimiento y viabilidad que ha tenido la empresa en diferentes países.

Una de las fortalezas de la empresa es la inversión en dólares, el hecho que Rainbow tenga socios fuera de Colombia, como Estados Unidos y Ecuador, implica que la inversión se

realiza en dólares. Esto proporciona una mayor estabilidad financiera y protección contra la volatilidad de la moneda local. Por otro lado, una debilidad que la empresa ha identificado y es de vital importancia es la ineficiencia del contador; resulta ser una limitación de la operación porque se puede llegar a perder oportunidades. Además del limitado conocimiento en temas fiscales, dificultando el cumplimiento de las obligaciones fiscales y aumenta el riesgo de sanciones.

#### **4.4 Área administrativa**

En este departamento, las actividades principales se centran en la gestión administrativa y de recursos humanos. El equipo está compuesto por un asistente/recepcionista, quien se encarga de atender a los clientes, gestionar citas y administrar recursos básicos. Además, cuentan con un software para realizar sus actividades, RBO (Programa utilizado a nivel mundial, en Estados Unidos es eficiente para temas de manejo de personal y seguimiento de clientes).

La eficiencia del equipo se ve reflejada en la rápida operación, además del buen uso de la herramienta RBO, garantizando un mayor control de los trabajadores y clientes. Además, que, gracias a la atención al cliente, aumenta la satisfacción de estos. Sin embargo, esto puede considerarse como una debilidad. Al ser sólo un asistente, se pueden generar cuellos de botella si existe ausencia de ella.

#### 4.5 Área de producción

En esta área, se enfocan en la importación y distribución de los purificadores de aire. El equipo está conformado por un Gerente General, contador y agente aduanero especializado en logística de importación (Agente externo, empresa On Trade Logistics): Los procesos incluyen la importación de purificadores desde Estados Unidos y la gestión de su distribución. La tecnología utilizada se centra en un software logístico empleado por el Agente para facilitar la operación del área.

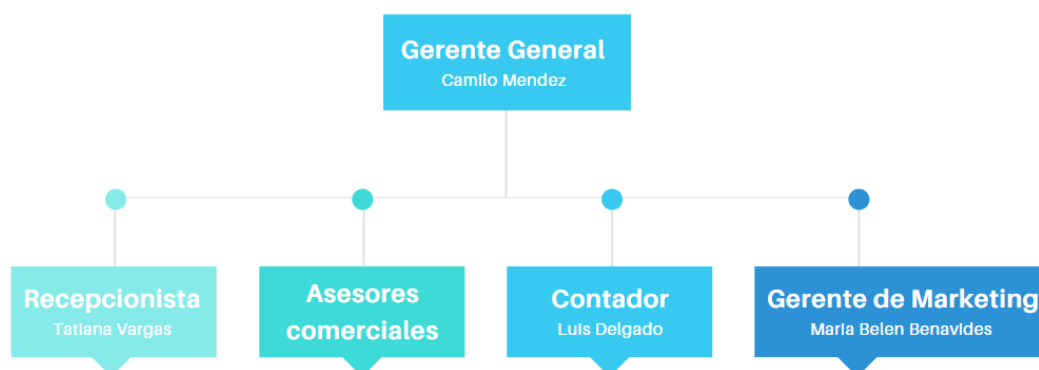
Tener un equipo especializado en el tema es una de las mayores fortalezas del área, garantiza un conocimiento profundo de los procesos aduaneros y una gestión eficiente de la importación de los productos. Además, que el uso del software ayuda a facilitar las operaciones y optimizar la gestión, reduciendo costos, mejorando los tiempos de entrega y garantizando un flujo de inventario. Al ser una importación, el proceso está sujeto a una cantidad significativa de impuestos y aranceles, lo que aumenta los costos operativos y reduce la ganancia neta. Asimismo, los procesos aduaneros implican un retraso significativo, lo que resulta en una mayor demora en la disponibilidad de productos para su distribución. La necesidad de dejar el equipo en zona franca durante largos periodos de tiempo genera costos adicionales.

## 5. Diagnóstico cargos Rainbow

Tras definir las áreas de la empresa, nos enfocaremos en los cargos clave, identificando sus fortalezas y debilidades para encontrar oportunidades de mejora. Además, utilizaremos el modelo DISC para definir el tipo de liderazgo asociado a cada cargo.

### Figura 11

*Organigrama Rainbow*



Fuente: Elaboración propia

### 5.1 Gerente General: Camilo Méndez

El Gerente desempeña un papel crucial en el desarrollo y la expansión de Rainbow, se encarga de tomar decisiones estratégicas y operativas fundamentales. Supervisa todas las áreas funcionales, establece objetivos y estrategias, gestiona los recursos financieros y humanos, y actúa como representante de la empresa ante los socios y partes interesadas.

Una de las fortalezas de Camilo Méndez es su ágil respuesta a las oportunidades y desafíos de Rainbow, además de tener un enfoque en la consecución de objetivos, inspirando a los empleados a trabajar hacia metas comunes y mantener un alto nivel de motivación.

Asimismo, se identifican debilidades como la percepción de ser autoritario, dominante, puede incurrir en una tendencia a ignorar las diferentes perspectivas, tomando decisiones de manera unilateral, perdiendo así oportunidades de ideas innovadoras.

Teniendo en cuenta lo identificado, consideramos que el tipo de liderazgo de Camilo Méndez es **decisivo (dominante)**. Este tipo de liderazgo es muy importante para una compañía en expansión como Rainbow, ya que, según este modelo, se necesita de una persona con personalidad fuerte, segura y estratégica al momento de tomar decisiones. Se demuestra que “no temen incurrir en riesgos, se orientan a la consecución de objetivos y disfrutan de la competición” (Xtudeo, 2021).

## 5.2 Gerente de Marketing : Maria Belen Benavides

Encargada de la promoción y posicionamiento del producto en el mercado, desarrollando estrategias de marketing, presencia en redes y actualización de la página web. Supervisar actividades publicitarias para aumentar la visibilidad y demanda de este.

María Belén Benavides tiene la capacidad para conectar fácilmente con el público, su personalidad extrovertida la hace ser persuasiva, construyendo relaciones sólidas con los clientes. Además, genera ideas creativas y estratégicas para promover y posicionar los productos en el mercado. Su naturaleza la impulsa a tomar riesgos y explorar nuevas oportunidades. Por otro lado, puede llegar a pasar por alto detalles de planificación, y puede sobreestimar su capacidad para influir en otros, generando expectativas poco realistas.

Es por ello, consideramos que el tipo de liderazgo de María Belén Benavides es **extrovertido (influyente)**. Deber un excelente comunicador y persuasivo, porque es quien está

en constante contacto con los clientes para poder conectar con ellos. “Tienden a ser espontáneos, confiados e impulsivos, pero resultan atractivos a la hora de convencer sus ideas” (Xtudeo, 2021). Sin embargo, es importante no perder el objetivo porque este tipo de líderes pueden llegar a distraerse fácilmente, al ser sociable, pierden el enfoque en tareas específicas.

### 5.3 Contador: Luis Delgado

Esencial para la gestión financiera y contable de la empresa. Encargado en temas de ingresos, estados financieros y gestión de impuestos, asegurando el correcto cumplimiento de las obligaciones fiscales y contables de Rainbow. Este rol implica una comunicación efectiva con inversores, clientes y equipos internos para mantener una comprensión clara de la situación financiera. Además, se encarga de establecer relaciones comerciales clave y mantener un enfoque en los proyectos financieros.

Su capacidad analítica le permite entender la información y tomar decisiones rápidas y fundamentales. Sin embargo, su resistencia al cambio puede dificultar su adaptabilidad en entornos dinámicos. La falta de flexibilidad puede obstaculizar la implementación de nuevas estrategias, lo que resalta la importancia de fomentar una mayor apertura al cambio.

Teniendo en cuenta sus características, identificamos que el liderazgo de Luis Delgado es **analítico (cumplimiento)**. Este tipo de líderes suelen ser importantes al momento de tener una organización y pensamiento lógico a la hora de trabajar. “Les gusta trabajar con datos y hechos, y son notables para resolver problemas complejos” (Impulso06, 2023).

## 5.4 Asesores comerciales

Son 12 asesores comerciales:

- Héctor Buitrago, Pedro Rodríguez, Martha Piedrahita, Edgar Ortiz, Mariano Robles, Alfonso Duarte, María Paula González, Carolina Murillo, Lucía Torres, Santiago López y Tatiana Betancourt

Responsables de la venta directa de purificadores de aire. Son quienes atraen clientes, presentan el producto, cierran la venta y brindan excelente servicio posventa.

Una de las mayores fortalezas de este equipo es la habilidad para establecer relaciones. Ser sociables les permite asegurar conectarse fácilmente con las personas y construir una base de clientes. Además, son hábiles para motivar a los mismos, y son capaces de influir y persuadir en la decisión final de compra.

Sin embargo, pueden llegar a ser insistentes, generando rechazo por parte de los clientes, afectando las ventas. Además, podrían presentarse situaciones en las que las relaciones no sean suficientes para cerrar un negocio. Esto podría resultar en frustración o desmotivación cuando se enfrentan a los rechazos o dificultades en el proceso.

Los asesores clasifican en el liderazgo **persuasivo (influyente)**. Un asesor comercial necesita conocer sus clientes y confiar en sus capacidades para ser capaz de vender. A estos líderes “les encanta estar rodeados de personas y son fantásticos para motivar y persuadir a los demás” (Impulso06, 2023). Esto permite que sea más fácil comunicarse y persuadir a una persona que se interese por el producto que se ofrece.

### 5.5 Asistente/recepcionista: Tatiana Vargas

Es crucial para el funcionamiento administrativo eficiente. Atiende llamadas, recibe visitantes, gestiona correos electrónicos y apoya en tareas administrativas, contribuyendo a mantener una buena imagen corporativa y facilitar la comunicación.

Tatiana Vargas tiene un enfoque centrado en satisfacer las necesidades de los clientes y visitantes a la empresa. Siendo atenta y resolutiva le facilita la eficiencia en sus funciones, lo que mejora la comunicación interna y externa en la empresa. Por otro lado, la posición del puesto puede limitar la iniciativa propia para abordar problemas o mejorar procesos, reduciendo su crecimiento; y la disposición de ayudar y resolver problema puede llevar a la asignación de demasiadas responsabilidades, generando estrés y agotamiento.

Consideramos que Tatiana Vargas tiene características de un líder **servicial (estabilidad)**. Este tipo de líderes, aunque tienden a creer que son pasivos, son importantes en el momento de generar equilibrio en el equipo. “No les hace difícil escuchar, demostrar lealtad, son personas con energía positiva y comprensión con la situación que se vive” (Xtudeo, 2021). Gracias a esto, se genera una armonía en el grupo.

## 6. DOFA

Tomando en cuenta los diagnósticos previos y profundizando sobre Rainbow Colombia, realizamos un análisis DOFA. El objetivo es identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como nuevas oportunidades y amenazas que podrían surgir en el mercado colombiano.

## Figura 12

### Análisis DOFA

Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
<p><b>D1. Dependencia del mercado externo:</b> La empresa depende de la importación de los purificadores desde Estados Unidos, lo que la expone a posibles fluctuaciones en los costos de importación o cambios en políticas comerciales. Se cobra un arancel y el IVA del 19% sobre el mismo.</p> <p><b>D2. Dependencia de asesores comerciales:</b> La estructura de ventas basada en asesores que trabajan por comisión genera inestabilidad en el equipo y afectar la consistencia en la atención al cliente. La rotación de asesores es del 20%, con un promedio de permanencia de aproximadamente un año y medio.</p> <p><b>D3. Limitaciones financieras:</b> A pesar del respaldo de los socios internacionales, Colombia ha experimentado un aumento en los costos debido a factores como la inflación y cambios en las tasas de interés, lo que limita su capacidad de invertir en áreas clave.</p> <p><b>D4. Dependencia de canales de venta digitales:</b> Aunque la presencia en redes y página web son canales fuertes, la dependencia exclusiva limita el alcance a clientes que prefieren otros medios de compra.</p>	<p><b>O1. Crecimiento del mercado:</b> El aumento de la conciencia sobre calidad del aire generará mayor demanda del mismo. El mercado puede tener un crecimiento superior al 12% entre 2024 y 2029.</p> <p><b>O2. Diversificación de productos:</b> Se pueden explorar posibilidades de ofertar productos derivados como filtros y accesorios para purificadores.</p> <p><b>O3. Expansión geográfica:</b> Rainbow puede aprovechar su posición en el mercado colombiano para expandirse a otros países de la región como Perú y Chile, son países que se encuentran en el top de contaminación por aire (OMS, 2023).</p> <p><b>O4. Alianzas estratégicas:</b> La empresa puede buscar alianzas con empresas locales o internacionales para mejorar su cadena de suministro, expandir su red de distribución o desarrollar nuevas estrategias de marketing. IKEA es una oportunidad para complementar sus exhibiciones de diseños de espacios para el hogar.</p>	<p><b>F1. Producto único en el mercado:</b> La tecnología innovadora de los purificadores utilizando un filtro (HEPA), constituye una ventaja competitiva.</p> <p><b>F2. Presencia en redes y página web:</b> La empresa cuenta con una fuerte presencia en redes, especialmente en Instagram, y cuenta con una página web atractiva y funcional que facilita la interacción con los clientes.</p> <p><b>F3. Gran equipo de ventas:</b> Los asesores comerciales cuentan con gran experiencia y dedicación en la venta de los purificadores, aumento las ventas y el éxito de las ventas.</p> <p><b>F4. Respaldo de socios internacionales:</b> La presencia de socios, quienes invierten en la empresa brinda estabilidad financiera y oportunidades para la expansión y crecimiento.</p>	<p><b>A1. Competencia en el mercado:</b> A medida que crece la demanda de purificadores, es probable que aumente la competencia en el mercado.</p> <p><b>A2. Cambios en las regulaciones ambientales:</b> Pueden afectar la demanda y la comercialización de los purificadores.</p> <p><b>A3. Volatilidad económica:</b> La economía en Colombia y en el exterior puede experimentar periodos de volatilidad que afecten el poder adquisitivo de los consumidores y la estabilidad financiera de la empresa.</p> <p><b>A4. Cambios tecnológicos:</b> Avances en el campo de la purificación del aire puede convertir obsoleta la tecnología utilizada por la empresa, sino se invierte en investigación y desarrollo para mantenerse competitiva.</p>

Fuente: Elaboración propia

## 6.1 DOFA cruzado

A partir de este punto de partida, se expone un enfoque cruzado del análisis DOFA, que permitirá identificar correlaciones entre los diferentes aspectos generando estrategias integradas y eficaces que podrían ser útiles para la empresa Rainbow Colombia.

Figura 13

DOFA Cruzado

	Fortalezas - F	Debilidades - D
Oportunidades O	<b>F1.</b> Producto único en el mercado <b>F2.</b> Presencia en redes y página web <b>F3.</b> Gran equipo de ventas <b>F4.</b> Respaldo de socios internacionales	<b>D1.</b> Dependencia del mercado externo <b>D2.</b> Dependencia de asesores comerciales <b>D3.</b> Limitaciones financieras <b>D4.</b> Dependencia de canales de venta digitales
Amenazas A	<b>A1 - F1: Innovación exclusiva:</b> Utilizar la tecnología innovadora de los purificadores para implementar estrategias de marketing que resalten la exclusividad y eficacia del mismo. <b>A2 - F2: Difusión multicanal:</b> Utilizar la fuerte presencia en redes y página web para promocionar nuevos productos, ampliando el portafolio y diversificando las fuentes de ingresos. <b>A3 - F3: Desarrollo regional:</b> Aprovechar el crecimiento del mercado y la experiencia del equipo de ventas para expandirse a países con alta contaminación del aire, como Perú y Chile (OMS, 2023). <b>A4 - F4: Alianzas globales:</b> Buscar alianzas estratégicas con empresas como IKEA (mostrar junto a sus diseños de hogar), y mejorar la cadena de suministro.	<b>O1 - D3: Colaboración financiera:</b> Nuevas alianzas estratégicas con socios de otra región para superar las limitaciones financieras. <b>O2 - D4: Integración de canales:</b> Utilizar la diversificación de producto como oportunidad para reducir la dependencia de los canales, explorando un punto físico. <b>O3 - D2: Presencia local:</b> Aprovechar la expansión para mitigar la dependencia de asesores, establecer una presencia directa con un equipo fijo. <b>O4 - D1: Alianzas locales:</b> Utilizar alianzas con empresas locales para diversificar las fuentes de ingreso, reduciendo la dependencia del mercado externo.
Amenazas A	<b>A1 - F1: Fortaleza competitiva:</b> Reforzar la capacitación y motivación del equipo de ventas para mantener la ventaja competitiva. <b>A2 - F2: Adaptación sostenible:</b> Utilizar el respaldo de socios para adaptarse a los cambios en las regulaciones ambientales, garantizando su cumplimiento. <b>A3 - F3: Versatilidad financiera:</b> Diversificar los canales de venta para reducir la dependencia de los digitales. <b>A4 - F4: Desarrollo e innovación:</b> Invertir en investigación y desarrollo para mantenerse a la vanguardia.	<b>A1 - D4: Ampliación omnicanal:</b> Diversificar los canales para reducir su dependencia de los digitales: punto físico, asociaciones con minoristas. <b>A2 - D1: Adaptación regional:</b> Buscar proveedores alternativos en diferentes regiones para desarrollar algunos temas de ensamblaje y mitigar las regulaciones. <b>A3 - D2: Fortaleza de colaboradores:</b> Mejorar los programas de retención y capacitación del personal. Implementar incentivos para aumentar la lealtad y efectividad. <b>A4 - D3: Apertura empresarial:</b> Implementar un enfoque de innovación abierta y colaborativa mediante programas empresariales.

Fuente: Elaboración propia

## 7. Análisis actual Página Web y Redes Sociales

Para llevar a cabo este análisis, nos centraremos en la página web de Rainbow y su cuenta de Instagram. Nuestro objetivo es evaluar el rendimiento de ambas plataformas, incluyendo su velocidad, interacción con los usuarios y cualquier área que pueda mejorar. Esperamos obtener información que permita evaluar cómo nuestra propuesta puede servir como impulso para Rainbow.

### 7.1 Página Web

La experiencia del usuario en la página web es positiva y fácil de usar. Sin embargo, al revisar las métricas con herramientas como PageSpeed Insight, notamos áreas de mejora en el

rendimiento y la accesibilidad. Es crucial mejorar el SEO, porque la página no figura en las primeras búsquedas. Esto implica optimizar palabras clave y estrategias para aumentar la visibilidad en línea y atraer a más clientes.

### Figura 14

*Análisis de rendimiento página web Rainbow*



*Nota:* 0 es la puntuación más baja y 100 el más alto. Fuente: Reproducido de, *PageSpeed Insights*, (2024)

Teniendo en cuenta los resultados, el rendimiento de la página web de Rainbow necesita una mejora en su operación. Esto incluye renderizar los elementos, eliminar los recursos que lo bloquean, y evitar el uso de múltiples clics para llegar a la página principal. En términos de accesibilidad, es necesario optimizar el color de los enlaces para que se puedan diferenciar, y el contraste entre el fondo y el primer plano debe ser adecuado para facilitar la lectura del contenido.

La seguridad y la confianza en la página son buenos aspectos. Sin embargo, es necesario solucionar errores del navegador que aparecen en la consola y mejorar la navegación en dispositivos móviles como celulares y tablets. Finalmente, aunque la página utiliza buenas técnicas de SEO, hay margen de mejoras, especialmente en los aspectos de imagen que no tienen buenos atributos. Para mejorar esto, editar el código de la página web para que los rastreadores de los motores de búsqueda puedan entender mejor el contenido.

## 7.2 Instagram

Para realizar la evaluación de este canal digital, utilizamos la herramienta Pathsocial para entender los puntos clave de la página y las áreas de mejora.

### Figura 15

*Evaluación Instagram de Rainbow*



Fuente: Reproducido de, *Instagram analizador de perfiles: Herramienta gratuita de IA para análisis fiables*, por Pathsocial, (2022)

La página de Instagram cuenta con un total de 1.217 seguidores, lo cual es un buen punto de partida para desarrollar una cuenta activa. Sin embargo, a pesar de haber realizado 499 publicaciones, el engagement es bastante bajo, lo cual es crucial para la actividad en un canal digital, especialmente si se busca generar una comunidad de usuarios potenciales. Si se desea crear contenido con el objetivo de conversión, no logrará un impacto debido a la falta de este para alcanzar los objetivos de venta.

Es por ello importante implementar estrategias de awareness (reconocimiento) para entender mejor al público y sus intereses. Además de establecer una estrategia de interacción que motive a los clientes a seguir el contenido e interactuar con la marca. Adicionalmente, en la parrilla de contenido se observa una colorimetría uniforme que utiliza colores azul y blanco, creando una estética coherente y una imagen clara. Se recomienda crear piezas interactivas que generen interés en los usuarios y una mejor organización del contenido.

## 8. Plan de mejora

El análisis DOFA cruzado nos ayudó a identificar diferentes estrategias, por ello, decidimos centrarnos en mejorar las ventas con una estrategia omnicanal para poder incrementar los ingresos de la empresa en página web a la vez de puntos físicos, realizando alianzas con Sellers potenciales como Falabella, donde se ve una oportunidad para atraer verdaderos leads y visualizar la importancia de los purificadores en los hogares, etc. Centrándonos en el mercado B2C.

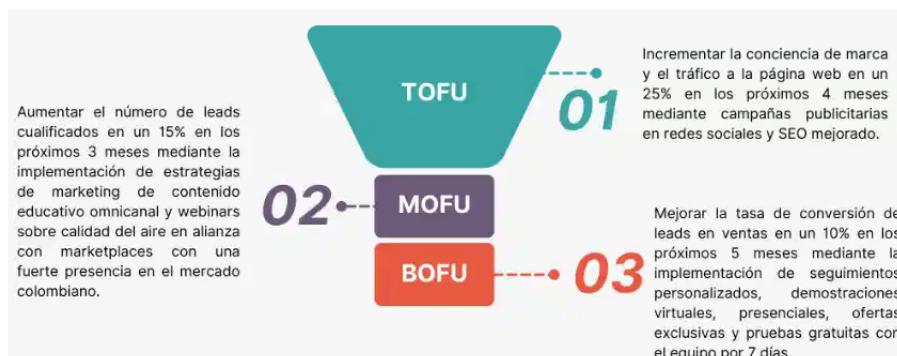
### 8.1 Objetivo General

Mejorar la eficiencia y efectividad del proceso de ventas de purificadores de aire de Rainbow Colombia para aumentar las ventas mensuales en un 20% en los próximos 6 meses.

### 8.2 Embudo de ventas

#### Figura 16

##### *Embudo de ventas*



Fuente: Elaboración propia

### 8.2.1 TOFU

Incrementar la conciencia de marca y el tráfico a la página web en un 25% en los próximos 4 meses mediante campañas publicitarias en redes sociales y SEO mejorado.

- Táctica 1: Publicidad en Instagram y Facebook

Lanzar campañas de anuncios pagados en Instagram y Facebook, orientadas a audiencias específicas interesadas en la calidad del aire y la salud ambiental. Utilizar contenido visual atractivo, como videos y gráficos, que resalten los beneficios de los purificadores de aire.

#### Figura 17

*Mockup publicidad en Instagram y Facebook*



*Nota:* Mockup de post publicitario en alianza con Falabella, con un Call to action omnicanal, los clientes podrán encontrar la marca en página web o presencial. Fuente: Elaboración propia.

- **Táctica 2: Creación de Contenido Nuevo**

Publicar regularmente artículos de blog que hablen sobre diferentes situaciones y las razones de comprar un filtro Rainbow, consejos de salud y el impacto de la contaminación. Es importante incluir palabras clave relacionadas al tema e industria, esto no solo mejorará el SEO, sino también establecerá a la empresa como una autoridad en el tema.

### ***8.2.2 MOFU***

Aumentar el número de leads cualificados en un 15% en los próximos 3 meses mediante la implementación de estrategias de marketing de contenido educativo omnicanal y webinars sobre calidad del aire en alianza con Marketplace con una fuerte presencia en el mercado colombiano.

- **Táctica 1: Serie de Videos Educativos**

Producir una serie de videos educativos que expliquen cómo funcionan los purificadores de aire, sus beneficios y casos de éxito de clientes. Promover estos videos en el sitio web y a través de campañas de email marketing para captar leads cualificados.

- **Táctica 2: Webinars en Vivo**

Organizar webinars mensuales en vivo donde expertos en calidad del aire y salud discutan temas relevantes y respondan preguntas de los asistentes. Promover los webinars en redes sociales y a través de campañas de email marketing para atraer a una audiencia interesada.

## Figura 18

### *Reels de doctores especializados*



*Nota:* Ejemplo de un live de Instagram en alianza con doctores especializados en el tema para responder dudas de los clientes y cómo el filtro Rainbow mejoraría su salud. Fuente: (Dr. Jaime Sosa [@elalergologo], 2024)

### **8.2.3 BOFU**

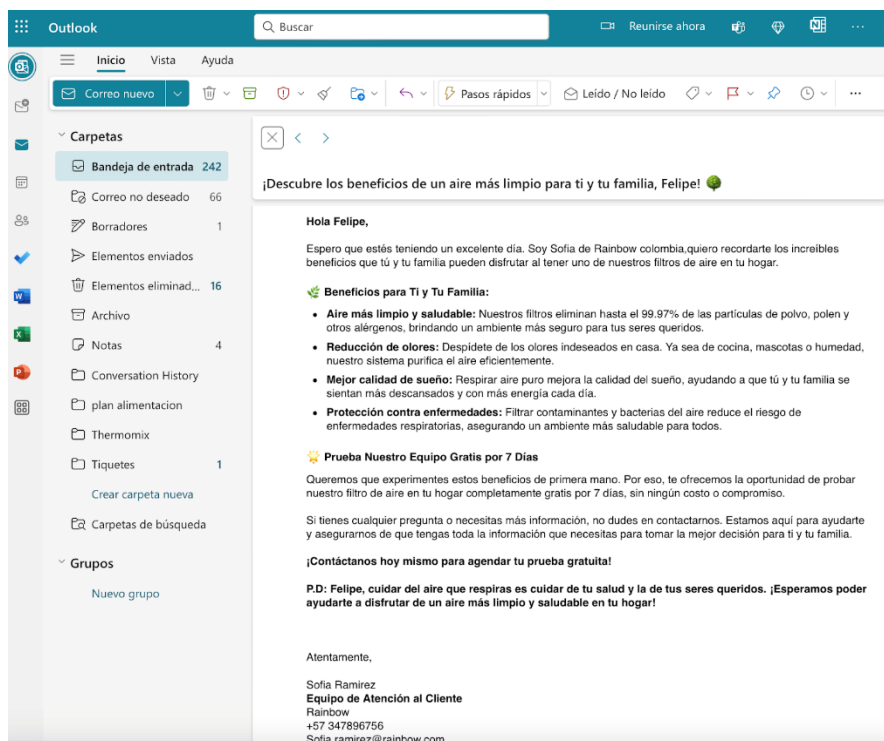
Mejorar la tasa de conversión de leads en ventas en un 10% en los próximos 5 meses mediante la implementación de seguimientos personalizados, demostraciones virtuales, presenciales, ofertas exclusivas y pruebas gratuitas con el equipo por 7 días.

- **Táctica 1: Emails de Seguimiento Personalizados**

Después de cada interacción inicial con un lead, enviar correos electrónicos de seguimiento personalizados que aborden sus preguntas específicas y proporcionen información adicional sobre el producto. Incluir testimonios de clientes y casos de estudio relevantes.

Figura 19

## Mockup Email Marketing



*Nota:* Mockup de Email Marketing para clientes potenciales, con un incentivo de compra para cerrar la venta.

Fuente: Elaboración propia.

- Táctica 2: Llamadas de Seguimiento

Asignar a los asesores de ventas para realizar llamadas de seguimiento con leads cualificados. Durante estas llamadas, ofrecer una evaluación personalizada de las necesidades del cliente y explicar cómo el purificador de aire puede satisfacer esas necesidades.

- Táctica 3: Ofertas Exclusivas para Leads Potenciales

Crear ofertas exclusivas para leads que han mostrado un alto nivel de interés y han sido referidos por otros clientes, como descuentos por tiempo limitado, envío gratuito o paquetes de

productos adicionales. Comunicar estas ofertas a través de correos electrónicos personalizados y llamadas de seguimiento.

## Figura 20

### *Plan de beneficios*

Plan de beneficios	
Clientes Referidos	Regalo
1	10% de dto en accesorios
2	Esencias purificadoras
3	Bono de 200.000 en la Pagina Web
4	30% de dto en Filtro de Aire
5	Mantenimiento Prevenetivo
6	Kit completo de Accesorios de repuesto

*Nota:* Ejemplo de plan de beneficios a los usuarios de Rainbow para atraer nuevos clientes. Fuente: Elaboración propia.

## 9. Proyección de ventas

Actualmente, la empresa tiene un solo canal directo de ventas en Colombia por el cual se venden los filtros de aire Rainbow. En promedio, mensualmente se venden 32 filtros de aire, el valor antes de IVA para cliente final es de 11.990.000 Pesos Colombianos, por lo que mensualmente se facturan 383.680.000 Millones de Pesos Colombianos, es importante mencionar que las ventas de los filtros pesan un 70% de los ingresos totales, seguido a este rubro están los mantenimientos anuales que los usuarios de Rainbow deben hacer a sus equipos, el valor de este es 1.250.000 y pesa el 17% de los ingresos, Finalmente el campo con el menor porcentaje de participación son los accesorios y otros con un 13%, en promedio al mes se venden 8.550.622.

**Figura 21***Ventas 2023*

<b>INFORMACIÓN BASE 2023</b>			
<b>PRODUCTOS</b>	<b>VENTA PROMEDIO MENSUAL</b>		<b>VENTA PROMEDIO ANUAL</b>
Venta Filtros	\$	383.680.000	\$ 4.604.160.000
Venta Accesorios y Otros	\$	8.550.622	\$ 102.607.464

Fuente: Elaboración propia.

Como se menciona anteriormente en el embudo de ventas, el objetivo principal es crecer un 20% en el canal directo con la venta de filtros y accesorios, por lo que para el año 2025, en el canal se espera tener una participación del 86% del total de la proyección y un resultado en ventas de 5.648.120.957 Millones de pesos colombianos.

**Figura 22***Proyección anual canal directo 2025*

<b>PROYECCIÓN ANUAL CANAL DIRECTO 2025</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>VENTA ANUAL</b>
Venta Filtros	\$ 5.524.992.000
Venta Accesorios y Otros	\$ 123.128.957
<b>Total</b>	<b>\$ 5.648.120.957</b>

Fuente: Elaboración propia.

Adicional, una de las estrategias mencionadas es incrementar las ventas a través de un nuevo canal omnicanal, en alianza con sellers importantes en Colombia como Falabella y Mercado Libre y adicional tener una isla en un centro comercial, esto con el fin de atraer más clientes y que se sientan más seguros a la hora de realizar su compra, este nuevo negocio pesará el 14% de la proyección para el año 2025. Para analizar qué valor tendría este nuevo canal se

tuvo en cuenta el 20% de las ventas del 2023. También es importante mencionar que Falabella tendrá el 60% de participación, Mercado Libre el 25% y la isla el 15%.

### Figura 23

*Proyección anual nuevo canal 2025*

<b>PROYECCIÓN ANUAL NUEVO CANAL 2025</b>	
<b>SELLERS</b>	<b>VENTA ANUAL</b>
Falabella	\$ 552.499.200
Mercado Libre	\$ 230.208.000
Isla Centro Comercial	\$ 138.124.800

Fuente: Elaboración propia.

Se espera que este nuevo objetivo se haga de manera progresiva y equilibrada durante todo el año, por lo que se analizó el porcentaje de participación mensual en ventas los asesores de ventas deberían cumplir para alcanzar la nueva meta. Es importante mencionar que este análisis se hizo en base a la data histórica de la empresa.

### Figura 24

*Participación mensual*

MES	% PARTICIPACIÓN MENSUAL
Enero	20%
Febrero	30%
Marzo	50%
Abril	45%
Mayo	40%
Junio	15%
Julio	40%
Agosto	10%
Septiembre	50%
Octubre	70%
Noviembre	20%
Diciembre	10%

Fuente: Elaboración propia.

En consecuencia, se realizó la proyección de ventas de los dos canales (directo y omnicanal) teniendo en cuenta los porcentajes de crecimiento esperados y en donde también se refleja el porcentaje de participación que tendrá cada uno de estos.

**Figura 25**

*Proyección de venta: Canal directo y omnicanal*

	Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL	% PARTICIPACIÓN
<b>Canal Directo</b>	<b>\$ 847.218.144</b>	<b>\$ 2.259.248.383</b>	<b>\$ 1.976.842.335</b>	<b>\$ 564.812.096</b>	<b>\$ 5.648.120.957</b>	<b>86%</b>
Venta Filtros	\$ 828.748.800	\$ 2.209.996.800	\$ 1.933.747.200	\$ 552.499.200	\$ 5.524.992.000	84%
Venta Accesorios y Otros	\$ 18.469.344	\$ 49.251.583	\$ 43.095.135	\$ 12.312.896	\$ 123.128.957	2%
<b>Nuevo Canal Omnicanal</b>	<b>\$ 138.124.800</b>	<b>\$ 368.332.800</b>	<b>\$ 322.291.200</b>	<b>\$ 92.083.200</b>	<b>\$ 920.832.000</b>	<b>14%</b>
Falabella	\$ 82.874.880	\$ 220.999.680	\$ 193.374.720	\$ 55.249.920	\$ 552.499.200	8%
Mercado Libre	\$ 34.531.200	\$ 92.083.200	\$ 80.572.800	\$ 23.020.800	\$ 230.208.000	4%
Isla Centro Comercial	\$ 20.718.720	\$ 55.249.920	\$ 48.343.680	\$ 13.812.480	\$ 138.124.800	2%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 985.342.944</b>	<b>\$ 2.627.581.183</b>	<b>\$ 2.299.133.535</b>	<b>\$ 656.895.296</b>	<b>\$ 6.568.952.957</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la empresa Rainbow Colombia espera aumentar sus ingresos en promedio por un valor de 1.964.792.957 Millones de Pesos Colombianos con el nuevo plan de mejora.

**Figura 26**

*Ventas actuales y proyectadas 2025*

<b>VENTAS 2023</b>	<b>\$ 4.604.160.000</b>
<b>VENTAS 2025</b>	<b>\$ 6.568.952.957</b>
<b>AUMENTO PARA 20</b>	<b>\$ 1.964.792.957</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 10. Proyección PYG

**Figura 27**

*Proyección PYG*

	PROYECCIÓN PYG	ANÁLISIS VERTICAL
<b>Ventas</b>	<b>\$ 920.832.000</b>	<b>100,0%</b>
Costo de ventas	\$ 360.413.645	39,1%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 560.418.355</b>	<b>60,9%</b>
<b>Gastos operacionales</b>	<b>\$ 19.250.000</b>	<b>2,1%</b>
Costos fijos	\$ 16.500.000	1,8%
Arriendo Isla Centro Comercial	\$ 9.800.000	1,1%
Salario KAM	\$ 4.000.000	0,4%
Salario colaborador en Isla	\$ 1.200.000	0,1%
Bono de transporte	\$ 200.000	0,0%
Servicios públicos	\$ 1.300.000	0,1%
Costos variables	\$ 2.750.000	0,3%
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 541.168.355</b>	<b>58,8%</b>
Ingresos no operacionales	\$ -	0,0%
<b>Gastos no operacionales</b>	<b>\$ 12.891.648</b>	<b>1,4%</b>
Utilidad antes de impuesto	\$ 528.276.707	57,4%
Impuesto sobre la renta	\$ 174.331.313	18,9%
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 353.945.394</b>	<b>38,4%</b>

Fuente: Elaboración propia.

La proyección muestra que el nuevo canal propuesto tiene el potencial de generar ventas de \$920.832.000 Millones de Pesos, siendo la utilidad bruta 60.90%. Esto significa que las ventas que Rainbow espera obtener es un margen de beneficio saludable después de tener en cuenta los costos directos asociados con la importación de los filtros. También, una de las consideraciones principales es mantener bajos los costos fijos para evitar impactar la utilidad. Por lo tanto, optamos por una estructura de costos eficiente, evitando compromisos financieros significativos. Nos enfocamos en contratar un KAM Junior y un colaborador que puedan manejar las responsabilidades del nuevo canal. Esto nos permite mantener un control, al tiempo que nos aseguramos de contar con el personal adecuado para impulsar el canal. Con ello, la utilidad misma representa el 58% de las ventas.

## 11. Conclusiones

Rainbow Colombia presenta notables fortalezas en áreas clave, como un profundo conocimiento del mercado, una sólida estabilidad financiera respaldada por ingresos consistentes y un margen de ganancia positivo, así como eficiencia en la importación y distribución de productos. Estas fortalezas posicionan a la empresa de manera favorable en el competitivo mercado de purificadores de aire en Colombia, ofreciendo una base sólida para su crecimiento y desarrollo continuo.

No obstante, la empresa también enfrenta desafíos significativos, como la competencia desleal en la publicidad en línea, ineficiencias en la gestión financiera y contable, y la necesidad de mejorar su presencia digital a través del sitio web y redes sociales. Estos desafíos destacan la importancia de abordar áreas específicas para mantener y mejorar la posición de Rainbow Colombia. Por otro lado, el diagnóstico del personal resalta que sus líderes cuentan con habilidades específicas como la toma de decisiones estratégicas, así como fomentar una cultura organizacional que promueva la innovación y colaboración entre equipos.

Por último, al considerar la estrategia de aumentar las ventas en un 20%, conforme a la proyección de ventas y al análisis del estado de pérdidas y ganancias presentado, se revela una oportunidad ventajosa para integrar esta estrategia en la empresa. Los resultados proyectados reflejan un entorno propicio para alcanzar este objetivo, lo que respalda la viabilidad y el potencial de éxito de esta iniciativa dentro de Rainbow Colombia. Consideramos que, dada la capacidad de la empresa para adaptarse a diversos escenarios, puede considerar esta estrategia para el futuro, especialmente en momentos en los que las ventas puedan no estar alcanzando su máximo potencial.

## 12. Bibliografía

- Airlife Colombia. (2024). *Airlife Colombia – Aire puro para tu vida*. <https://airlife.com.co/>
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42, 65-77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Dr. Jaime Sosa [@elalergologo]. (2024). *Dr. Jaime Sosa—Alergias* [Perfil de Instagram]. <https://www.instagram.com/elalergologo/>
- Dyson. (2024). *Aspiradoras, ventiladores y calefactores Dyson*. <https://www.dyson.co/>
- Ellis, M. (2023). *What Is SEO? Search Engine Optimization Best Practices*. Moz. <https://moz.com/learn/seo/what-is-seo>
- Expert Market Research. (2023). *Informe del mercado mundial de purificadores de aire*. EMR. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-purificador-de-aire>
- Holtop. (2022). *Air Purifier Market Size, Share & Growth. Opportunities and Forecast, 2020-2027*. Holtop.com. <https://holtop.com:443/news/air-purifier-market-size-share-growth-opportunities-and-forecast-2020-2027>
- Impulso06. (2023, marzo 6). El DISC en la Comunicación y el Liderazgo. *Impulso06*. <https://impulso06.com/el-disc-en-la-comunicacion-y-el-liderazgo/>
- Instagram Analizador de perfiles*. (2022, enero 31). [Pathsocial]. <https://www.pathsocial.com/es/free-instagram-tools/instagram-profile-analyzer/>
- IQAir. (2024, mayo 17). *Índice de calidad del aire (ICA) e Información sobre la contaminación del aire en Colombia*. IQAir.com. <https://www.iqair.com/es/colombia>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). *Aproximadamente 1 de cada 8 colombianos sufre asma*. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Aproximadamente-1-de-cada-8-colombianos-sufre-asma.aspx>
- Mordor Intelligence. (2024). *Mercado de purificadores de aire—Tendencias, crecimiento y tamaño*. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/air-purifier-market>
- Naciones Unidas. (2022, abril 4). *El 99% de la población mundial respira aire contaminado*. Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2022/04/1506592>
- Oster Colombia. (2024). *Oster Colombia®*. <https://www.ostercolombia.com/>

- PageSpeed Insights. (2024). *PageSpeed Insights*. [https://pagespeed.web.dev/analysis/https-rainbowcolombia-com-co/zzeev8s1g5?hl=es&form\\_factor=desktop](https://pagespeed.web.dev/analysis/https-rainbowcolombia-com-co/zzeev8s1g5?hl=es&form_factor=desktop)
- Rainbow Colombia. (2024). *Rainbow Colombia purificador de aire*.  
[https://www.instagram.com/rainbow\\_colombia/](https://www.instagram.com/rainbow_colombia/)
- Samsung Colombia. (2024). *Samsung Colombia*. Samsung co. <https://www.samsung.com/co/>
- Seoestudios. (2021, enero 21). *Qué es un mock up y cuáles son sus principales funciones*.  
<https://www.seoestudios.es/que-es-un-mockup/>
- TruSens. (2024). *Guía de filtros HEPA: ¿Qué son y cómo funcionan?* TruSens.  
<https://www.trusens.com/es-mx/news/blog/guía-de-filtros-hepa-qué-son-y-cómo-funcionan/>
- Unidad Tecnológica de Voluntariado. (2024). *Calculadora filtros HEPA*. Unidad Tecnológica de Voluntariado. <https://calculadora-cadr.web.app/>
- Xtudeo. (2021, agosto 13). Los 4 estilos de comportamiento DISC. *Xtudeo*.  
<https://www.xtudeo.com/blog/los-4-estilos-de-comportamiento-disc/>