

# DOTACIONES GTT

Autores: Anyi Rodríguez, Diego  
Alejandro Borja, Jenny Paola Cruz,  
Daniel Tobo.



Profesor: Julián Sacristán

Gerencia en marketing y entornos  
digitales

Escuela de Administración

22 de Noviembre de 2025

Bogota , Colombia

2025

Declaramos bajo gravedad de juramento, que hemos escrito el presente proyecto integrador de especialización por nuestra propia cuenta, 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 proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”. Anyi Rodríguez, Diego Alejandro Borja, Jenny Paola Cruz, Daniel Tobo. 22  
De Noviembre de 2025

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”. Anyi Rodríguez, Diego Alejandro Borja, Jenny Paola Cruz, Daniel Tobo.  
22 De Noviembre de 2025

# DOTACIONES GTT

Somos una empresa de dotaciones con un año en el mercado, ubicada en Tunja.

Nos especializamos en uniformes corporativos y productos de bienestar laboral, ofreciendo soluciones prácticas y de calidad.

Nacimos de la iniciativa de tres amigos que decidieron emprender y fortalecer el entorno laboral con productos confiables y a la medida.

# GTT EN EL MERCADO ACTUAL



ASORSALUD



CIPRODYSER S.A.



EMPRESA SOCIAL  
DEL ESTADO CENTRO  
DE SALUD DE  
CAMPOHERMOSO



Centro de  
Especialidades  
Médicas

## MISIÓN:

En GTT trabajamos para ofrecer dotaciones y detalles de calidad, con cumplimiento y eficiencia. Nuestro compromiso es responder a las necesidades de cada cliente con productos y entregas oportunas, construyendo relaciones basadas en la confianza y el crecimiento conjunto.

## VISIÓN

En GTT queremos ser una empresa referente en Boyacá en dotaciones y entrega de detalles, reconocida por la calidad, el cumplimiento y la eficiencia. Nuestro propósito es crecer de la mano de productores directos, ofrecer soluciones a la medida y participar en licitaciones públicas que nos permitan abrir nuevos caminos.

# Factores claves del éxito

## **Confianza**

Empresas de los sectores salud, gastronómico, educativo y minero confían en nosotros.

## **Adaptabilidad**

Personalizamos dotaciones según las necesidades de cada cliente.

## **Cercanía**

Servicio y atención directa de los propietarios, con acompañamiento postventa.

## Retos del mercado de dotaciones empresariales

## **Competencia por precio**

El mercado se centra en el costo, no en el valor agregado.

## **Poca visibilidad digital**

Las marcas locales aún no aprovechan el entorno digital.

## **Sin fidelización**

No existen estrategias claras de fidelización o posicionamiento.



## Contexto económico y sectorial

- El sector de **dotaciones empresariales** en Colombia crece en exportaciones (+6,5% entre 2021 y 2022), pero enfrenta retos por el **aumento en insumos y transporte**.
- Factores como **inflación, tasa de cambio y reformas tributarias** impactan los costos y la rentabilidad empresarial.
- La **estabilidad política** y los costos logísticos influyen directamente en la operación y tiempos de entrega.
- En **Boyacá**, la oferta de empresas del sector es limitada frente a regiones como Cundinamarca, lo que representa una **oportunidad de expansión** para GTT.

COMPETENCIA

DIRECTA

INDIRECTA

SUSTITUTOS



## ETAPA 2. PLANEACIÓN

### OBJETIVOS DE MARKETING Y FINANCIEROS

- Aumentar la visibilidad digital en un 30% en seis meses.
- Generar leads calificados mediante ferias y eventos empresariales.
- Incrementar la conversión en 20% y la retención en 10%.

Estos objetivos fortalecen el posicionamiento digital, la fidelización y la expansión comercial.

### Lean Startup

- **Construir:** campañas piloto digitales.
- **Medir:** leads, cotizaciones y feedback.
- **Aprender:** ajustar precios, tiempos y comunicación.
- **Escalar:** estructura para atender contratos públicos.

### **Propuesta de valor:**

Dotaciones y bienestar laboral con calidad, cumplimiento y cercanía.

**Enfoque:** mercados B2B y B2C con expansión nacional.

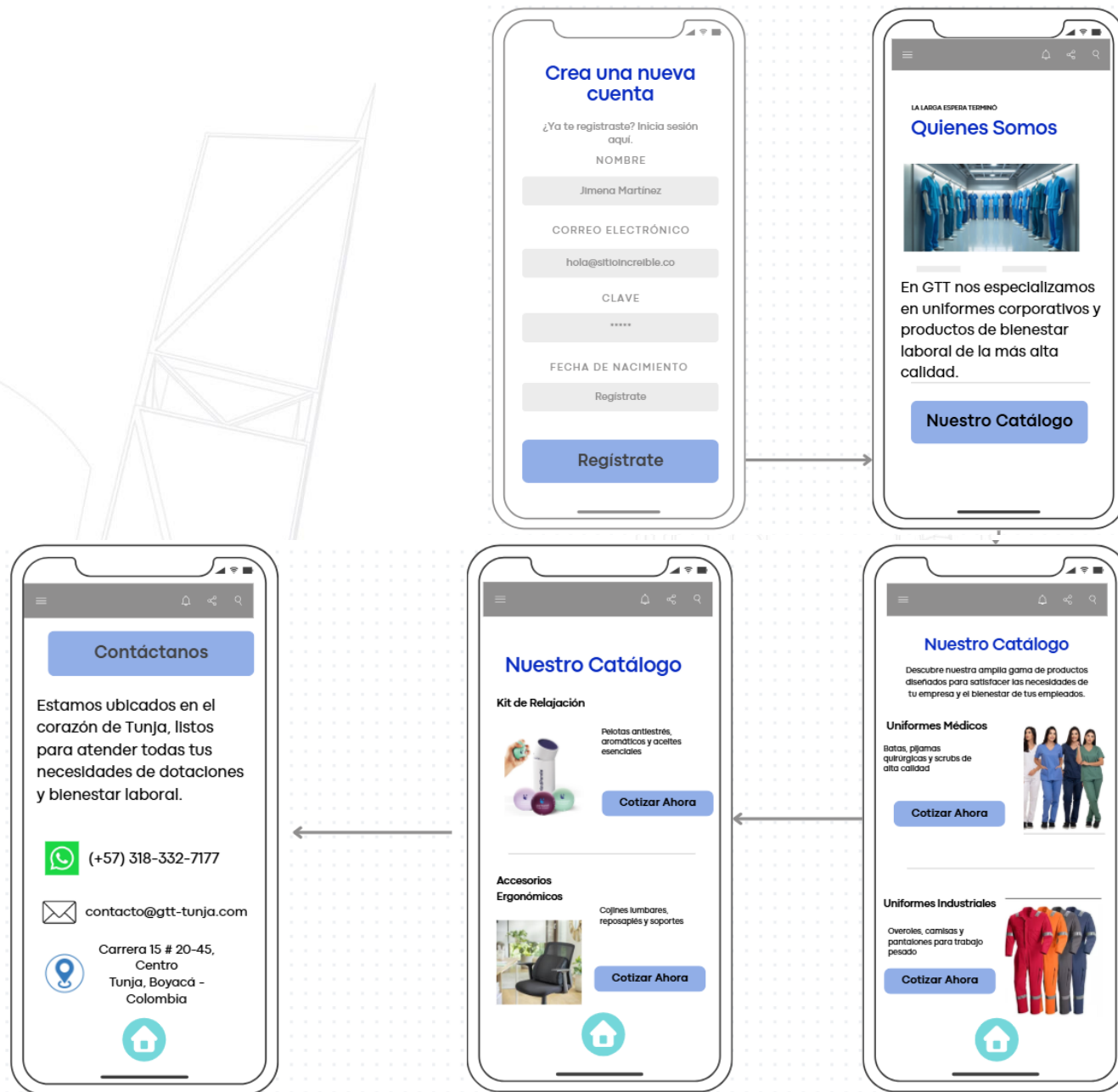
### **Estrategia SAP (Segmentación, Audiencias y Posicionamiento)**

- **Segmentación geográfica:** Boyacá y Cundinamarca.
- **Clientes:** salud, educación, minería, sector público y PYMES.
- **Posicionamiento:** *“GTT, el aliado estratégico en dotaciones que garantiza calidad, cumplimiento y confianza.”*

### **Estrategia de Marketing Digital:**

- **LinkedIn:** casos de éxito y normativas.
- **Instagram/Facebook:** videos cortos y testimonios.
- **Ferias empresariales:** captura de leads digitales.

## ETAPA 3. PROYECCIÓN



## ETAPA 3. PROYECCIÓN

**GTT**

Dotaciones & Bienestar

[Inicio](#) [Catálogo](#) [Galería](#) [Cotización](#) [Contacto](#)

[Solicitar Cotización](#)

# Dotaciones Profesionales para tu Empresa

En GTT nos especializamos en uniformes corporativos y productos de bienestar laboral de la más alta calidad. Año y medio equipando empresas consolidadas en el sector salud, gastronómico, educativo y minero.

[Ver Catálogo](#)

[Solicitar Cotización](#)



### Solicita tu Cotización

Obtén una cotización personalizada para tu empresa o como persona natural. Responderemos en menos de 24 horas.

Para Empresas

Persona Natural

#### Cotización Empresarial

Completa el formulario para recibir una cotización personalizada para tu empresa

Nombre de la Empresa \*

GTT Ejemplo S.A.S

NIT \*

900.123.456-7

Persona de Contacto \*

Juan Pérez

Cargo

Gerente de Recursos Humanos

Email Corporativo \*

contacto@empresa.com

Teléfono \*

+57 318 332-7177

Sector Empresarial

Selecciona el sector

Número de Empleados



Selecciona el rango


Descripción del Requerimiento \*

Describe qué tipo de uniformes o productos de bienestar necesitas, cantidades estimadas, fechas de entrega, etc.

[Enviar Cotización Empresarial](#)

## ETAPA 3. PROYECCIÓN

 Dotaciones de Uniformes  Detalles de Bienestar




Desde \$25.000

### Kit de Relajación

Pelotas antiestrés, aromáticos y aceites esenciales

- Reduce estrés
- Aromaterapia
- Portátil

[Cotizar Ahora](#)



Desde \$35.000

### Accesorios Ergonómicos

Cojines lumbares, reposapiés y soportes

- Mejora postura
- Comodidad
- Duradero

[Cotizar Ahora](#)




Desde \$20.000

### Kit de Hidratación

Termos, botellas térmicas y dispensadores

- Mantiene temperatura
- Libre de BPA
- Personalizable

[Cotizar Ahora](#)



Desde \$45.000

### Productos de Masaje

Masajeadores, rodillos y dispositivos de relajación

- Alivio muscular
- Portátil
- Múltiples velocidades

[Cotizar Ahora](#)

 Dotaciones de Uniformes  Detalles de Bienestar



Desde \$45.000

### Uniformes Médicos

Batas, pijamas quirúrgicas y scrubs de alta calidad

- Tela antibacterial
- Fácil lavado
- Múltiples colores

[Cotizar Ahora](#)



Desde \$65.000

### Uniformes Industriales

Overoles, camisas y pantalones para trabajo pesado

- Alta resistencia
- Reflectivos
- Normas de seguridad

[Cotizar Ahora](#)



Desde \$55.000

### Uniformes Ejecutivos

Camisas, blusas y pantalones para oficina

- Tela premium
- Corte ejecutivo
- Bordados personalizados

[Cotizar Ahora](#)



Desde \$40.000

### Uniformes Gastronómicos

Chaquetas de chef, delantales y gorros

- Tela anti-manchas
- Ventilación
- Diseño profesional

[Cotizar Ahora](#)

Nuestra estrategia, llamada “**Dotamos Confianza**”, es un plan integral de marketing diseñado para impulsar el crecimiento empresarial en tres fases:

### **1. Posicionamiento digital**

- Creación de una identidad digital coherente y profesional.
- Contenido enfocado en **credibilidad, cumplimiento y servicio**.
- Publicidad segmentada en redes y LinkedIn para llegar a tomadores de decisión B2B y B2C.

### **2. Relación y fidelización**

- Implementación de un **CRM** para gestionar contactos, cotizaciones y seguimiento.
- Campañas de **email marketing personalizadas** después de cada propuesta enviada.
- Estrategia de recompra con beneficios para empresas que renueven contratos.

### **3. Expansión y posicionamiento territorial**

- Participación en **ferias empresariales** y eventos B2B.
- Alianzas con gremios y cámaras de comercio.
- Estrategia de referidos corporativos, potenciando el voz a voz estructurado.



|                                    | Año 1               | Año 2               | Año 3               | Año 4               | Año 5               |
|------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Total Venta Bruta</b>           | <b>12052700</b>     | <b>13542413</b>     | <b>15216256</b>     | <b>17096985</b>     | <b>19210172</b>     |
| Devoluciones y descuentos (%)      |                     |                     |                     |                     |                     |
| Total Devoluciones y Descuentos    | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   |
| <b>Total Venta Neta</b>            | <b>12.052.700</b>   | <b>13.542.413</b>   | <b>15.216.256</b>   | <b>17.096.985</b>   | <b>19.210.172</b>   |
| Costo de Ventas                    |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Utilidad Bruta</b>              | <b>12.052.700</b>   | <b>13.542.413</b>   | <b>15.216.256</b>   | <b>17.096.985</b>   | <b>19.210.172</b>   |
| <b>Margen Bruto</b>                | <b>100%</b>         | <b>100%</b>         | <b>100%</b>         | <b>100%</b>         | <b>100%</b>         |
| Gastos Administrativos             | 14860000            | 15305800            | 15764974            | 16237923            | 16725060,92         |
| Gastos de Ventas                   | 3269800             | 3269800             | 3269800             | 3269800             | 3269800             |
| Presupuesto de Mercadeo            | 25099956            | 25099956            | 25099956            | 25099956            | 25099956            |
| <b>Utilidad Operacional - Ebit</b> | <b>- 31.177.056</b> | <b>- 30.133.143</b> | <b>- 28.918.474</b> | <b>- 27.510.694</b> | <b>- 25.884.645</b> |
| Mergen Ebit                        | <b>-259%</b>        | <b>-223%</b>        | <b>-190%</b>        | <b>-161%</b>        | <b>-135%</b>        |
|                                    |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Análisis Vertical</b>           | <b>Año 1</b>        | <b>Año 2</b>        | <b>Año 3</b>        | <b>Año 4</b>        | <b>Año 5</b>        |
| Costo de Ventas                    | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   |
| <b>Utilidad Bruta</b>              |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Margen Bruto</b>                | 8,2969E-08          | 7,38421E-08         | 6,57192E-08         | 5,84898E-08         | 5,20558E-08         |
| Gastos Administrativos             | 14860000            | 15305800            | 15764974            | 16237923,22         | 16725060,92         |
| Gastos de Ventas                   | 0,220040377         | 0,213631434         | 0,207409159         | 0,201368116         | 0,195503025         |
| Presupuesto de Mercadeo            | 7,676297021         | 7,676297021         | 7,676297021         | 7,676297021         | 7,676297021         |
| <b>Utilidad Operacional - Ebit</b> | <b>-1,242115962</b> | <b>-1,20052573</b>  | <b>-1,152132458</b> | <b>-1,096045516</b> | <b>-1,031262561</b> |
| Mergen Ebit                        | 8,2969E-08          | 7,38421E-08         | 6,57192E-08         | 5,84898E-08         | 5,20558E-08         |

| Análisis Horizontal |              |              |              |              |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Año 2               | Año 3        | Año 4        | Año 5        |              |
|                     | 0,12359994   | 0,123600056  | 0,123599984  | 0,12359998   |
|                     | 0,12359994   | 0,123600056  | 0,123599984  | 0,12359998   |
|                     | 0,12359994   | 0,123600056  | 0,123599984  | 0,12359998   |
|                     | 0            | 0            | 0            | 0            |
|                     | 0,03         | 0,03         | 0,03         | 0,03         |
|                     | 0            | 0            | 0            | 0            |
|                     | 0            | 0            | 0            | 0            |
|                     | -0,033483373 | -0,040310067 | -0,048680984 | -0,05910608  |
|                     | -0,139803597 | -0,145879418 | -0,153329451 | -0,162607746 |

#### Comentarios Estados Financieros

Durante el periodo analizado se observa un crecimiento constante en las ventas, pasando de \$12.052 millones en el primer año a \$19.210 millones en el quinto, lo que demuestra un buen comportamiento comercial y una mayor presencia en el mercado. Sin embargo, este avance en ingresos no se ha reflejado en los resultados operativos, ya que los gastos administrativos y de operación continúan siendo altos y afectan directamente la rentabilidad.

La empresa muestra un desempeño positivo en ventas, pero necesita trabajar en la eficiencia financiera y el control de costos para mejorar sus resultados. Por lo que, se debería implementar medidas de optimización de gastos fijos, revisar la estructura de precios y márgenes y ajustar el presupuesto de mercadeo para enfocarlo en acciones que generen mayor retorno. Además, sería conveniente avanzar en la automatización de procesos y el uso de herramientas digitales que ayuden a reducir costos y mejorar la gestión interna.

## Conclusión:

**GTT** se consolida como una empresa con propuesta de valor diferenciada, combinando dotaciones y bienestar laboral con calidad, cumplimiento y cercanía al cliente.

Su modelo de tercerización, la red de proveedores y las estrategias de marketing digital le permiten afrontar los retos del sector y proyectarse hacia una expansión nacional.

Con enfoque en sostenibilidad, personalización e innovación, GTT tiene el potencial de convertirse en un referente en el mercado colombiano de dotaciones y bienestar corporativo.

## Referencias Bibliográficas:

Blank, S., & Euchner, J. (2018). The Lean Startup methodology. *Research-Technology Management*, 61(5), 5–9.

Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer relationship management: Concepts and technologies* (3.<sup>a</sup> ed.). Routledge.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7.<sup>a</sup> ed.). Pearson.

DANE. (2022). *Boletín técnico: Industria manufacturera y comercio exterior*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. Wiley.

Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer value and customer relationship management*. Springer.

Mansoori, Y. (2017). Enacting the lean startup methodology: The role of vicarious and experiential learning processes. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 812–838.

## Referencias Bibliográficas:

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *Informe de competitividad del sector manufacturero en Colombia*. Gobierno de Colombia.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2020). *Entornos laborales seguros y saludables: Informe global*. OIT.

ProColombia. (2021). *Oportunidades del sector confecciones y textiles en Colombia*. Gobierno de Colombia.

Rodríguez-Ardura, I., & Meseguer-Artola, A. (2020). Digital engagement: Contextos, estrategias y métricas. *Journal of Business Research*, 121, 597–606.