

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Madrugon.com

Trabajo de grado opción de emprendimiento

Álvaro Edwin Rivera Díaz

Bogotá

2018

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Trabajo de grado de emprendimiento

Álvaro Edwin Rivera Díaz

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá

2018

CONTENIDO

LISTADO DE FIGURAS	7
LISTADO DE TABLAS.....	8
GLOSARIO	10
RESUMEN	12
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN	18
1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	20
1.1 Datos Generales de la Empresa	20
1.2 Antecedentes del Proyecto	21
1.2.1 El Emprendedor y/o Equipo Emprendedor	21
1.2.2 Origen de la Idea de Negocio	22
1.3 Objetivos y Cronograma	22
2. CONCEPTO DE NEGOCIO	26
2.1 Concepto de negocio (propuesta de valor)	26
2.2 Modelo de negocio	27
2.3 Orientación estratégica	29
2.3.1 Propósito	29
2.3.2 Meta	29
2.3.3 Filosofía Orientadora	30
2.3.3.1 Valores	30

2.3.3.2 Creencias	301
2.3.4 Imagen tangible.....	31
3. PRODUCTO O SERVICIO.....	33
4. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	41
4.1 Descripción del Entorno del Negocio	41
4.2 Descripción del Mercado.....	42
4.2.1 Segmento Objetivo.....	46
4.2.2 Necesidades.....	47
4.2.3 Tamaño del Mercado	48
4.3 Análisis de la Competencia	49
4.4 Análisis DOFA	53
5. ESTRATEGIA DE MERCADEO	56
5.1 Mezcla de mercadeo.....	56
5.1.1 Producto	56
5.1.2 Precio	57
5.1.3 Distribución.....	58
5.1.4 Comunicación	59
5.2 Presupuesto de mercadeo	60
5.3 Objetivos comerciales	61
5.4 Estimativos de ventas	62
6. ESTRATEGIA OPERATIVA	63
6.1 Descripción técnica de productos y/o servicios	63
6.2 Localización y tamaño de la empresa.....	66
6.3 Procesos	67

6.4 Distribución de la Planta	69
6.5 Identificación de Necesidades de Maquinaria y Equipos	70
6.6 Programa de Producción o Prestación del Servicio.....	73
6.7 Plan de compras e inventarios	74
6.8 Gestión de calidad	75
7. ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA	76
7.1 Estructura organizacional	76
7.1.1 Áreas funcionales	76
7.1.2 Criterios de organización.	77
7.1.3 Diseño del Organigrama y Análisis de cargos.	78
7.2 Estructura de Personal	83
7.2.1 Política de Contratación	83
7.2.2 Política Salarial	83
8. PLAN ECONÓMICO	85
8.1 Plan de inversiones	85
8.1.1 Presupuesto de inversión fija	85
8.1.2 Presupuesto de capital de trabajo	86
8.2 Estructura de costos	86
8.2.1 Estructura de los costos empresariales (costo y gastos fijos).....	86
8.2.2 Presupuesto de costos operacionales (costos y gastos fijos)	87
8.2.3 Estructura de costos variables unitarios.	88
8.2.4 Determinación del margen de contribución.	89
8.3 Determinación del punto de equilibrio	89
9. PLAN FINANCIERO	91
9.1 Los Estados Financieros	91

9.1.1 El Balance	91
9.1.2 Estado de Resultados	92
9.1.3 Flujo de Caja	93
9.2 Análisis de la Rentabilidad Económica	94
9.2.1 Valor Presente Neto (VPN).....	94
9.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	94
9.2.3 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	95
9.3 Proyección de los estados financieros a tres años	95
9.3.1 Estado de resultados proyectado	95
9.3.2 Flujo de Caja Proyectado	97
9.3.3 Balance proyectado	98
9.4 Distribución de las Utilidades	99
10. ASPECTOS DE LEGALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN	100
11. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA	104

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1: Propuesta diseño web	27
Figura 2: Página principal de madrugon.com	32
Figura 3: Página de inicio con banner para suscripción a noticias y promociones.....	33
Figura 4: Visualización a botón de Iniciar sesión.....	34
Figura 5: Creación de nuevo cliente o registro de usuario y clave	35
Figura 6: Formulario crear cuenta.....	36
Figura 7: Visualización de producto	37
Figura 8: Página de ordenar, verificación selección de productos, datos de envío.	38
Figura 9: Finalización proceso de orden.....	39
Figura 10: Confirmación de pedido al correo	40
Figura 11: Ventas del sistema moda colombiano	44
Figura 12: Ciudades con mayor fashion e-commerce.....	46
Figura 13: Procesos de compra	68
Figura 14: Distribución de planta	69
Figura 15: Punto de equilibrio vs ventas horizonte del proyecto.....	90
Figura 16: Página de registro mercantil	101

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1: Cronograma del proyecto	25
Tabla 2: Análisis marcas competidoras	51
Tabla 3: Análisis de marca competencia directa.....	52
Tabla 4: Análisis DOFA	54
Tabla 5: Presupuesto mercadeo	60
Tabla 6: Estimativo de ventas	62
Tabla 7: Ficha técnica servicio online	65
Tabla 8: Ficha técnica servicio al cliente	66
Tabla 9: Cotización muebles y enseres oficina.....	71
Tabla 10: Cotización equipos de oficina.....	73
Tabla 11: Organigrama	79
Tabla 12: Política salarial.....	84
Tabla 13: Área financiera.....	84
Tabla 14: Composición de los costos fijos	87
Tabla 15: Costos operacionales fijos	88
Tabla 16: Margen de contribución.....	89
Tabla 17: Punto de equilibrio.....	90
Tabla 18: Balance general de la inversión inicial	91
Tabla 19: Estado de resultados mensual del primer año.....	92
Tabla 20: Flujo de caja mensual primer año	93

Tabla 21: Estado de resultados proyectado a 3 años.....	96
Tabla 22: Flujo de caja proyectado a 3 años.....	97
Tabla 23: Balance general proyectado a 3 años.....	98

GLOSARIO

B2B: Se refiere a la expresión “Business to business”, es decir, de negocio a negocio y se relaciona principalmente con el comercio mayorista. (Human Level, 2017)

B2C: El modelo de negocio a consumidor (B2C) emplea Internet y World Wide Web para vender bienes y servicios de manera directa a los consumidores (Keat & Young, 2004)

E-commerce: E-commerce o Comercio Electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. (Visa Empresarial, 2014)

El Madrugón: Una jornada de grandes descuentos que se realiza todos los miércoles y sábados a partir de las 4 de la mañana. (Dinero, 2017)

Estado de Resultados: El estado de resultados está conformado por los ingresos, costos y gastos de una empresa en un periodo determinado. (Vásquez, Vásquez, & Cifuentes, 2005)

Marketplace: Un MarketPlace es un sitio que permite a vendedores y compradores, relacionarse para efectuar una transacción comercial. En este tipo de plataformas, los compradores y vendedores permanecen en el entorno técnico y comercial del MarketPlace hasta que la transacción se finaliza. (PrestaShop, 2013)

Página web: Una página de Internet o página Web es un documento electrónico adaptado particularmente para el Web, que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet. (Milenium, 2017)

Publicidad BTL: Las siglas BTL (Below the line – debajo de la línea) hacen referencia a las practicas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos específicos del mercado. (Chuquipiondo, 2013)

Punto de equilibrio: Se designa punto de equilibrio “al vértice donde se juntan las ventas y los gastos totales, es decir, que no existen ni utilidades ni pérdidas”. (Perez, 2005)

Pymes: El término Pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV. (Bancoldex, 2013)

Venta por mayor: Las ventas al por mayor son todas aquellas ventas de grandes volúmenes de determinado producto realizadas a fábricas, distribuidores mayoristas, pero sobre todo a minoristas, estos últimos encargados de distribuir y vender los productos al consumidor final. (Marketing4food, 2017)

RESUMEN

El comercio electrónico en los últimos años ha tenido un gran crecimiento debido a las facilidades de acceso a internet, la información, mayor cantidad de oferentes y facilidades de pago que es cada vez más democratizada, permitiendo que la economía sea más incluyente entre todos los actores que convergen en la web.

Colombia es un país con gran potencial en el sector textil, durante muchas décadas familias colombianas se han dedicado a la confección de prendas de vestir, inclusive se han forjado marcas con reconocimiento a nivel nacional e internacional, siendo productos diferenciadores a los de mercados asiáticos por la calidad y ventajas de diseño, entre ellos uno de mayor reconocimiento es el jean levanta cola que es muy apetecido en mercados internacionales.

Algunas ciudades como Cali, Medellín y Bogotá son considerados como los centros principales de comercialización de prendas de vestir, pero en esta última ciudad sobre 1994 se crea el reconocido madrugón, un evento que se lleva a cabo desde las tres de la mañana hasta las once de la mañana los días miércoles y sábado donde confeccionistas ofrecen sus productos a visitantes que de diferentes ciudades o municipios de Colombia e inclusive de otros países como México, Estados Unidos, Ecuador, Costa Rica entre otros a comprar productos al por mayor, con la intención de surtir sus locales o comercializar, ofreciendo variedad de precios, diseños y calidad a sus clientes.

Con el propósito de ayudar a que los pequeños, micro y medianos empresarios a que puedan tener un nuevo canal de comercialización se crea la plataforma Madrugon.com, dónde

pueden pautar con sus productos, comercializarlos, posicionar la marca, tener nuevos medios de pago e inclusive poder exportar sus productos a través de una plataforma que cuenta con posicionamiento en los buscadores y dónde se ofrecerá un servicio personalizado para atender inquietudes y requerimientos que tengan los clientes en el proceso de compra.

Esta plataforma también está pensada en satisfacer la necesidad de los compradores, ya que según la experiencia hay demasiadas personas que se encuentran en ciudades o municipios apartados de la capital que, aunque quieren emprender un negocio de comercialización de ropa pero en muchas ocasiones no cuentan con la disponibilidad de tiempo para desplazarse o se les hace costoso ir a Bogotá por que deben incurrir en gastos de transporte, alimentación y estadía.

Madrugon.com se diferencia de otras plataformas por que comercializa productos colombianos a nivel nacional e internacional, contará con pagos seguros en línea, realiza envíos en las siguientes 24 horas posteriores al pago, contará con gran variedad de productos en su portafolio estimada en promedio de 150.000 ya que se espera contar con más de 100 proveedores para 2025, de diferentes categorías tales como: Blusas de dama, pantalones de dama, jeans, ropa infantil, ropa para hombre, ropa deportiva, entre otras.

Queremos que el cliente en un solo lugar pueda encontrar los productos que necesita y pueda realizar pedidos a diferentes proveedores pero que lleguen consolidados en uno solo.

En cuanto a la proyección financiera se realizará una inversión inicial de \$64.506.547 COP, para la plataforma que desarrollará una empresa que nos ha presentado cotización previamente y que nos cobra \$7.485.000COP incluyendo un sistema multivendedor para que cada uno de los proveedores ingrese por medio de su usuario las fotos y los precios de los productos.

La inversión inicial será otorgada por los tres socios inversionistas, Álvaro Edwin Rivera Díaz, Álvaro John Rivera Boyacá y Laura Ruiz Villarreal, cada uno aportará \$21.502.182 COP, dicho capital será designado para la compra de equipos, muebles y enseres, desarrollo web del Marketplace, cubrir gastos administrativos y pre operativos del primer año y en aras de lograr los objetivos propuestos. Para imprevistos quedaría del capital inicial \$900.674 COP.

The initial investment will be granted by the three investment partners, Álvaro Edwin Rivera Díaz, Álvaro John Rivera Boyacá and Laura Ruiz Villarreal, each contributing \$ 21,502,182 COP, said capital will be designated for the purchase of equipment, furniture and appliances, web development of the Marketplace, cover administrative and pre-operational expenses for the first year and in order to achieve the proposed objectives. For contingencies, it would be of the initial capital \$ 900.674 COP.

Palabras claves: Marketplace, multivendedor, madrugón, sector textil, clientes, exportar, servicio personalizado, prendas de vestir.

ABSTRACT

The e-commerce in the last years has had a great growth due to the facilities of access to Internet, the information, greater quantity of suppliers and payment facilities that is more and more democratized, allowing to the economy to be more inclusive among all the actors that converge on the web.

Colombia is a country with great potential in the textile sector, for many decades Colombian families have been dedicated to making garments, forging brands with national and international recognition, being differentiating products from Asian markets because of the quality and advantages of design, one of greater recognition is the Push Up Jeans that are very desirable in international markets.

Some cities such as Cali, Medellín and Bogotá are considered as the main centers of clothing commercialization, but in mainly in the last one the famous “Madrugon” was created in 1994 which goes from three in the morning until eleven in the morning on Wednesdays, and Saturdays where garment manufacturers offer their products to visitors from different cities or municipalities of Colombia and even from other countries such as Mexico, the United States, Ecuador, Costa Rica and others to buy wholesale products, with the intention to stock their stores or resale, offering a variety of prices, designs and quality to their customers.

With the purpose of helping small, micro and medium entrepreneurs to have a new sales channel, the Madrugon.com platform is created, where they can show their products, commercialize them, position their brands, have new payment methods and also being able to export their products through a webpage that has been positioning in the search engines and where a personalized service will be offered to answer concerns and requirements that customers could have in the purchase process.

This platform is also designed to meet the needs of buyers, because according to experience there are too many people who are in cities or municipalities away from the capital and although they want to start a business of clothing marketing often do not have the availability of time to move or it is costly to go to Bogotá because they must incur transportation, food and lodging expenses.

Madrugon.com differentiates itself from other webpages because it sells Colombian products nationally and internationally, will have secure online payments, makes shipments within 24 hours after payment, will have a variety of products in its portfolio estimated on average. 150,000 since it is expected to have more than 100 suppliers by 2025, from different categories such as: Lady blouses, lady's pants, jeans, children's clothing, menswear, sportswear, among others.

We want that the customers could find the products they need in one place and can do orders from different suppliers, it will arrive consolidated in just one.

As regards the financial projection, an initial investment of COP \$ 64,506,547 will be invest in the webpage that will be developed by a company that has previously presented to us with a quote which charges us \$ 7,485,000COP including a multi-vendor system for each of the suppliers to get into through a user to add the photos and the prices of the products.

Keywords: Marketplace, multi-vendor, early-morning, textile sector, clients, export, personalized service, clothing.

INTRODUCCIÓN

La producción o fabricación de prendas de vestir colombianas es reconocida a nivel mundial por la calidad y diseño, por eso cada vez más marcas del exterior deciden venir a Colombia a buscar empresas que les ofrezcan la opción de maquilar sus productos, ya que saben que vendiendo estos en el exterior pueden hasta triplicar el precio del producto.

El madrugón de San Victorino en Bogotá es cada vez más reconocido por los visitantes de diferentes regiones del país como Nariño, Valle, Eje Cafetero, Cauca, Caribe, Pacifico, entre otros y por compradores del exterior en su mayoría de Ecuador, Costa Rica, Estados Unidos y Chile.

Por la fama que se ha creado, saben que allí pueden encontrar variedad de productos, precios asequibles y competitivos, calidad de productos tipo exportación, descuentos y mucho más que siempre están a la vanguardia de la moda tanto en sus texturas de telas como en los diseños.

En el sector se encuentran más de 3.000 pymes que ofrecen a sus visitantes ropa interior, formal, deportiva, informal, para niños, variedad de jeans e inclusive calzado. Por eso se crea el emprendimiento Madrugon.com, con la idea de interconectar a vendedores y compradores mediante una plataforma de multi-vendedor encontrándose a la vanguardia del e-commerce, ampliando a un canal de venta poco o cero explotado por los productores y con mayores facilidades de pago por que este es un comercio electrónico donde se rompe la tradición de

realizar pagos únicamente en efectivo.

Se puede identificar que hay una gran necesidad de desarrollar una plataforma dónde los clientes puedan comprar en línea y con una sincronización de disponibilidad de los productos en tiempo real con los proveedores, explorando nuevos mercados en un mundo globalizado, promover la mano de obra colombiana, mejorar calidad de vida de las personas y crear una economía más dinámica.

1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Datos Generales de la Empresa

Madrugon.com es una página web de venta de ropa al por mayor para dama, caballero y niños, ofreciendo un amplio portafolio de productos a los mejores precios.

Nace de la necesidad de los fabricantes del sector textil del conocido Madrugón en Bogotá por tener un “nuevo canal de comunicación y venta” mediante el cual puedan vender sus productos, cualquier día y hora con los mismos precios que normalmente se encuentra en sus puntos de venta.

Por lo anterior, se busca tener un centro comercial digital o Marketplace, en el cual se encuentren diferentes proveedores en un solo sitio, acercando los productos de los fabricantes a los comerciantes a la comodidad de su hogar o negocio a tan solo un clic.

La página web madrugon.com con acceso desde dispositivos móviles, tabletas y computadores estará disponible todos los días las 24 horas con inventarios actualizados de los productos, para que lo comerciantes tengan la facilidad de compra a la hora y desde lugar que prefieran.

1.2 Antecedentes del Proyecto

En el año 2006 inicio madrugon.com por Álvaro John Rivera Boyacá quien ideó la página como un directorio telefónico de los fabricantes con las fotos de los productos, en el año 2015 se realiza una restructuración de la idea de la página para convertirla en un sitio web de venta al por mayor on-line por Álvaro Edwin Rivera Díaz, quien además realizó cambios en los colores, diseño, logo y contenido.

Actualmente la página web funciona, pero los clientes deben realizar una pre orden para confirmar la existencia del inventario, por lo cual nace la idea de transformarla en un Marketplace – multivendedor, sitio en el cual se ofrecerá el portafolio de productos de diferentes proveedores para que los comerciantes puedan comprar desde cualquier lugar y momento del día con un inventario en línea y pagos electrónicos.

1.2.1 El Emprendedor y/o Equipo Emprendedor

El equipo emprendedor está conformado por actual director de madrugon.com Álvaro Edwin Rivera Díaz, Administrador de Negocios Internacionales de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, con experiencia en ventas al por mayor de confecciones textiles de fabricantes nacionales que hacen presencia en el evento del Madrugón semanalmente en Bogotá, la cual le da una proyección favorable de venta mediante un canal online, cuenta con una aliada Laura Marcela Ruiz Villarreal, Ingeniera Industrial de la Universidad Pontificia

Bolivariana Seccional Bucaramanga, con una visión en finanzas, dirección de proyectos y espíritu emprendedor.

En lo técnico cuenta con el apoyo de una empresa de sistemas con conocimiento en el diseño de sitios web multitienda – multivendedor quien realizará la transformación de la página web y dará el soporte técnico ante cualquier inconveniente, además se cuenta con un inversionista el cual aporta capital para el diseño del Marketplace y activos fijos para el funcionamiento administrativo de la página quien es Álvaro John Rivera Boyacá.

1.2.2 Origen de la Idea de Negocio

La idea de negocio surgió a partir de la necesidad de acercar a los productos que se ofrecen actualmente a en evento del Madrugón a los comerciantes de diferentes partes del país a través de un directorio telefónico con fotos de los productos, la cual evolucionó en una página web de venta online en la cual se realiza una pre orden para confirmar la existencia del producto y después de 3 años se quiere transformar a un Marketplace un sitio más completo con inventarios en línea, pagos confiables en línea y actualizaciones en tiempo real.

1.3 Objetivos y Cronograma

➤ **OBJETIVO GENERAL:** Transformar la página web madrugon.com en un Marketplace o centro comercial digital de venta de ropa al por mayor con acceso en línea del inventario de diferentes marcas, pagos electrónicos seguros y envíos a la puerta del negocio de los clientes.

➤ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Hacer alianzas con los empresarios (proveedores), para consolidar a madrugon.com como un distribuidor online, ofreciendo los mismos precios de sus tiendas físicas.
- Tener los permisos por parte de los proveedores para la publicación de fotos, información general y publicidad.
- Diseñar y construir una plataforma robusta que permita cargar más de 150.000 referencias de productos, con pagos electrónicos seguros, y acceso en tiempo real del inventario de los proveedores.
- Ofrecer una plataforma amigable de fácil acceso para comprar desde cualquier lugar y momento del día.
- Mantener un crecimiento sostenible en el volumen de ventas lo cual generará estabilidad y ganancias en beneficio de mutuo (madrugom.com y proveedores).

CRONOGRAMA DEL PROYECTO																										
FASES	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3
Preparación del proyecto	Recolectar la información conceptos, antecedentes, estadísticas.	█																								
	Definir los objetivos.	█																								
	Definir el concepto de negocio y el servicio.		█																							
	Analizar el mercado y definir las estrategias de mercado, operativas y administrativas.		█																							
	Establecer el plan económico y financiero.			█	█	█																				
Alianzas con Proveedores	Realizar la presentación de la idea de negocio a los fabricantes.				█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█											
	Establecer los porcentajes de ganancias para madrugon.com.					█	█	█	█	█	█	█	█	█	█											
	Realizar contrato entre el fabricante y madrugon.com como distribuidor Online.						█	█	█	█	█	█	█	█	█											
Diseño y Construcción de la página web MARKETPLACE	Definir los requerimientos del sitio web.						█																			
	Presentar la propuesta gráfica (presentación visual no funcional)							█	█	█	█															
	Realizar la presentación de la página terminada y realimentación.											█	█	█	█											
	Realizar pruebas funcionales.																█	█								
	Presentación final de la página web.																			█	█					

2. CONCEPTO DE NEGOCIO

2.1 Concepto de negocio (propuesta de valor)

Madrugon.com es una página web que ofrece un nuevo canal de distribución de los productos de los fabricantes que venden en el evento semana del madrugón y además les facilita el acceso a los comerciantes ya que pueden encontrar dichos productos desde cualquier lugar y momento ya que esta página les ofrece un amplio portafolio de productos y de diferentes proveedores, los mismos precios de las tiendas físicas, inventarios de los productos en tiempo real, actualización de productos por nuevas colecciones.

La página será diseñada bajo en concepto de Responsive Desing el cual se adapta fácilmente a las diferentes pantallas de móviles, tabletas y computadores y con las últimas tendencias de diseño web para que sea fácil manejo para los clientes y con opciones de detalles del producto, filtros, productos recomendados, galería de fotos de un producto con opción de zoom, sistema de pagos electrónicos seguros con facturación y confirmación del pedido y servicio de envió mediante alianza con una empresa transportadora.

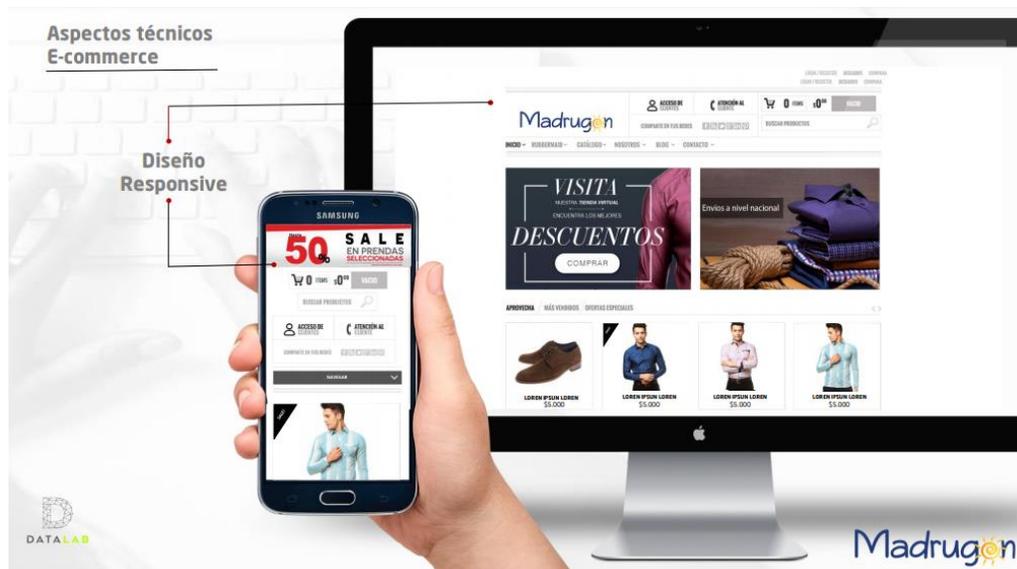


Figura 1: Propuesta diseño web

Fuente: Tomado de DATA LAB

2.2 Modelo de negocio

Madrugon.com es una página web que vende productos de moda al por mayor siendo un distribuidor online de diferentes marcas cobrando una comisión por producto al proveedor que pauten en la página para así ofrecer al cliente el mismo precio de la tienda física. Generando beneficios para los fabricantes (proveedores) y a los comerciantes (clientes) como los siguientes:

Beneficios de pautar en Madrugon.com:

- Llegar a nuevos mercados.
- Incrementar las ventas.

- Expandir su negocio a nivel nacional e internacional
- El productor incurre en menos costos (personal (pago nomina), pago de arriendo del puesto o local, etc.)
- Ya no tiene que salir a buscar clientes.
- Les permite tener otro medio de comunicación y venta.
- Es una tienda online operando 24/7 y no deben esperar solo los días miércoles y sábado para ofertar sus productos
- Sus colecciones se pueden dar a conocer más rápido y fácilmente.
- No dejan de vender, si la persona no tiene efectivo para hacer el pedido
- No se deben preocupar por la transacción del dinero, ni tampoco por el envío de los productos.
- Pueden llegar a conocer los modelos o referencias que más se venden y las tendencias de lo que se está vendiendo en todas las tiendas a nivel nacional, lo cual les permitiría estratégicamente producir y mover más rápido sus inventarios.
- Estar asociados a una empresa posicionada y con reconocimiento, ayudará al posicionamiento de su marca.

Beneficios de comprar en madrugon.com:

- Encontrar variedad de productos de diferentes marcas en un solo lugar
- Precios de venta al por mayor igual a los de las tiendas físicas
- Facilidad de pagos y seguridad

- Envíos nacionales e internacionales
- Acceso a inventarios de los productos en tiempo real en cualquier lugar y momento a través de la plataforma madrugon.com
- Ahorro de los comerciantes de tiempo y dinero de traslado para la compra de la mercancía para sus negocios

2.3 Orientación estratégica

2.3.1 Propósito

Promover la confección textil colombiana a nivel nacional e internacional a través de una plataforma digital, generando empleos en las Pymes y paralelamente fuentes de ingresos a emprendedores o comerciantes de diferentes ciudades y municipios de Colombia y facilitando el posicionamiento de las marcas nacionales en mercados internacionales.

2.3.2 Meta

Las metas para Madrugon.com se dividen en el corto, mediano y largo plazo:

- En el corto plazo generar alianzas con 15 empresas que pauten con madrugon.com para el primer año.
- En el mediano plazo posicionarnos como la primera plataforma web de comercialización electrónica de confección colombiana al por mayor.
- En el largo plazo ampliar el portafolio de productos a nuevas categorías como marroquinería, bisutería y nuevas líneas de mercado para públicos específicos como motociclistas, deportistas, ciclistas entre otros.

2.3.3 Filosofía Orientadora

2.3.3.1 Valores

- Para Madrugon.com es de gran importancia brindar una **atención amable y oportuna** a los clientes, es decir, los almacenes de ropa en diferentes ciudades o municipios.
- Madrugon.com está **comprometido** con los productores nacionales y con el posicionamiento de sus marcas, es por eso que, mediante las alianzas con los fabricantes, se busca ofrecer productos de calidad con precios competitivos que permitan a los clientes obtener una mayor rentabilidad en sus almacenes.

- Madrugon.com ofrecerá productos de **calidad**, verificando siempre con los proveedores las materias primas y el proceso de confección.

2.3.3.2 Creencias

Por el reconocimiento de la calidad de la confección colombiana se genera la confianza de posicionamiento en el mercado global de la distribución de los productos llegando a los actuales y nuevos mercados a través de la facilidad y acceso del internet.

2.3.4 Imagen tangible

A continuación, se presenta el bosquejo general de la página web en la cual se encontrarán las categorías de los productos, las fotos, especificaciones (color, talla, cantidades disponibles), carrito de compra, soporte de servicio al cliente como los muestra la siguiente imagen:

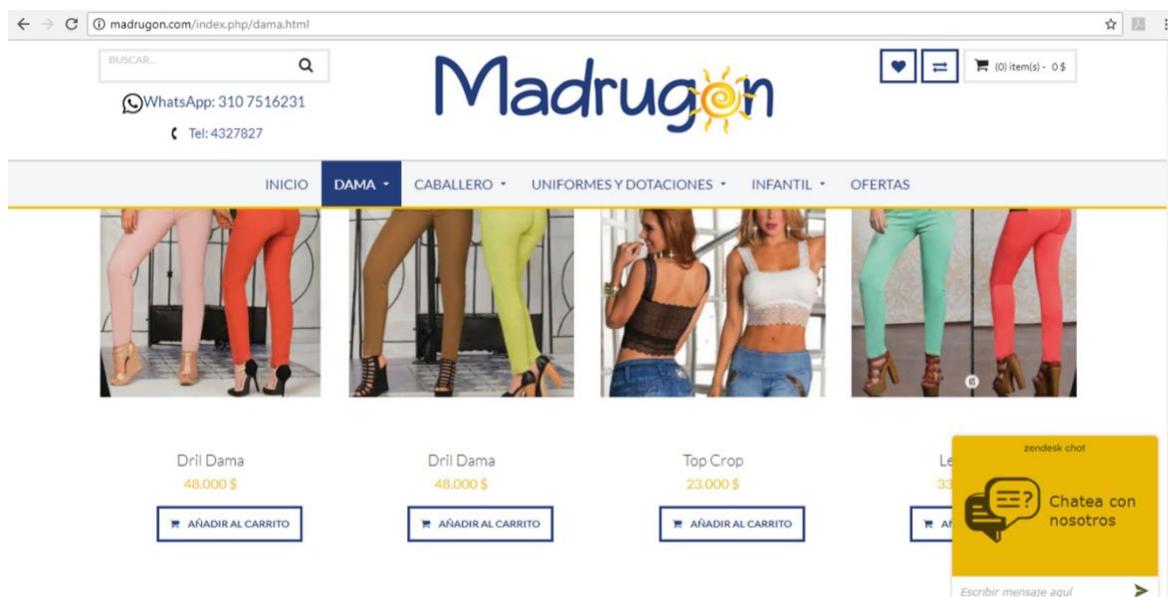


Figura 2: Página principal de madrugon.com

Fuente: Tomado de Madrugon.com

3. PRODUCTO O SERVICIO

En la plataforma de Madrugon.com se ofrecerá un servicio de distribución de prendas de vestir principalmente al por mayor a través de una plataforma on-line, en la cual los clientes mediante un usuario de para mayoristas les permitirá visualizar estos precios que aplicaran a partir de 6 unidades, en caso de ser menos, el precio se incrementará tomando la compra como si fuera al detal.

- Vista principal de Madrugon.com. El cliente podrá ingresar su correo si desea recibir información o promociones periódicas que se publiquen en la página web.

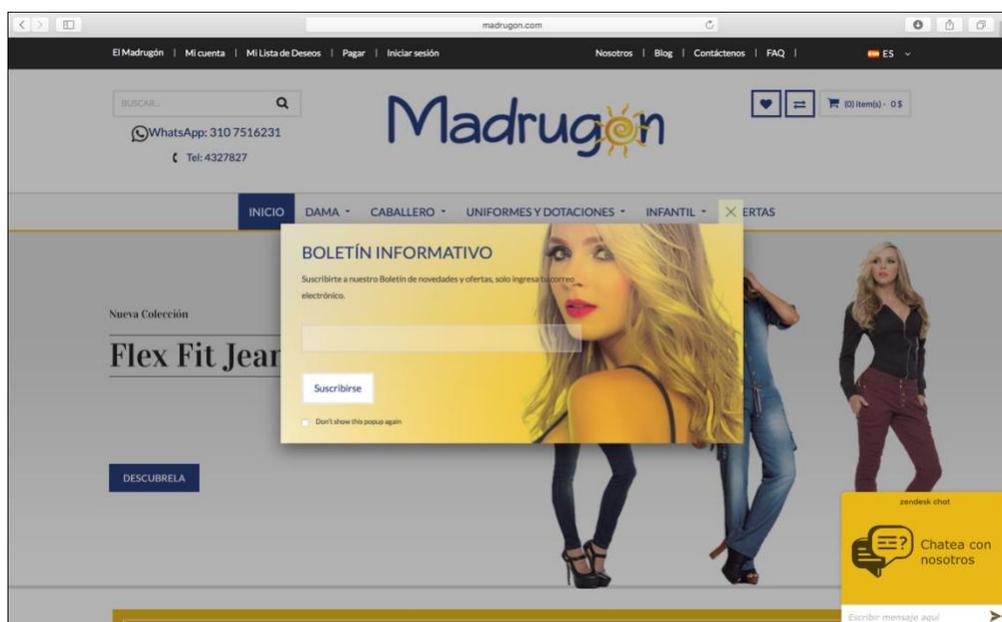


Figura 3: Página de inicio con banner para suscripción a noticias y promociones

Fuente: Tomado de Madrugon.com

- Una vez se ingresa a la página inicial, en la parte superior izquierda, si la persona desea comprar al por mayor, debe hacer clic en la pestaña Iniciar sesión, que luego los dirigirá a una nueva página del sitio web.



Figura 4: Visualización a botón de Iniciar sesión

Fuente: Tomado de Madrugon.com

- Posteriormente el cliente será dirigido a la siguiente página donde debe crear un usuario para acceder a los precios al por mayor (es necesario enviar cámara de comercio y RUT del establecimiento comercial para asegurarnos que la compra es con fines comerciales y no para uso personal). En esta misma página luego de ser aprobado el cliente, podrá ingresar usuario y contraseña para que se le permita la compra al por mayor.

The screenshot displays the Madrugon website's registration and login interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'El Madrugón', 'Mi cuenta', 'Mi Lista de Deseos', 'Pagar', 'Iniciar sesión', 'Nosotros', 'Blog', 'Contáctenos', and 'FAQ'. A search bar is located on the left, and the Madrugon logo is centered. Below the logo, there are links for WhatsApp (310 7516231) and a phone number (4327827). A shopping cart icon shows '(0) Item(s) - 0 \$'. A main menu below the header includes 'INICIO', 'DAMA', 'CABALLERO', 'UNIFORMES Y DOTACIONES', 'INFANTIL', and 'OFERTAS'. The main content area is titled 'ENTRE O CREE UNA CUENTA' and is divided into two sections: 'NUEVOS CLIENTES' and 'CLIENTES REGISTRADOS'. The 'NUEVOS CLIENTES' section contains a paragraph about account benefits and a 'CREAR UNA CUENTA' button. The 'CLIENTES REGISTRADOS' section contains a paragraph about logging in, a 'Dirección de email' field, a 'Contraseña' field, a 'Required Fields' error message, a link for '¿Ha olvidado la contraseña?', and an 'ENTRAR' button. A yellow Zendesk chat widget is positioned in the bottom right corner with the text 'Chatea con nosotros' and 'Escribir mensaje aquí'.

Figura 5: Creación de nuevo cliente o registro de usuario y clave

Fuente: Tomado de Madrugon.com

- El cliente deberá crear su cuenta completando el siguiente formulario y al finalizar da clic en Enviar.

El Madrugón | Mi cuenta | Mi Lista de Deseos | Pagar | Iniciar sesión | Nosotros | Blog | Contáctenos | FAQ | ES

BUSCAR...
WhatsApp: 310 7516231
Tel: 4327827

Madrugon

(0) Item(s) - 0 \$

INICIO DAMA CABALLERO UNIFORMES Y DOTACIONES INFANTIL OFERTAS

Crear una Cuenta

Información Personal

Nombre *
Alvaro

Apellido *
Rivera

Dirección de email *
alvaro.rivera@urosario.edu.co

Darse de Alta para Boletín de Noticias

Información de registro

Contraseña *

Confirma Contraseña *

* Campos Requeridos

• Volver

Enviar

zendesk chat
Chatea con nosotros
Escribir mensaje aquí

Figura 6: Formulario crear cuenta

Fuente: Tomado de Madrugon.com

- Luego de crear el usuario, el cliente ya podrá navegar por las diferentes categorías y eligiendo los productos de su interés, en la mayoría de ellos debe elegir la talla, cantidad y color, luego da clic en añadir al carrito y este en la parte superior derecha le indicará la cantidad de prendas que tiene seleccionados y el valor total de las mismas.

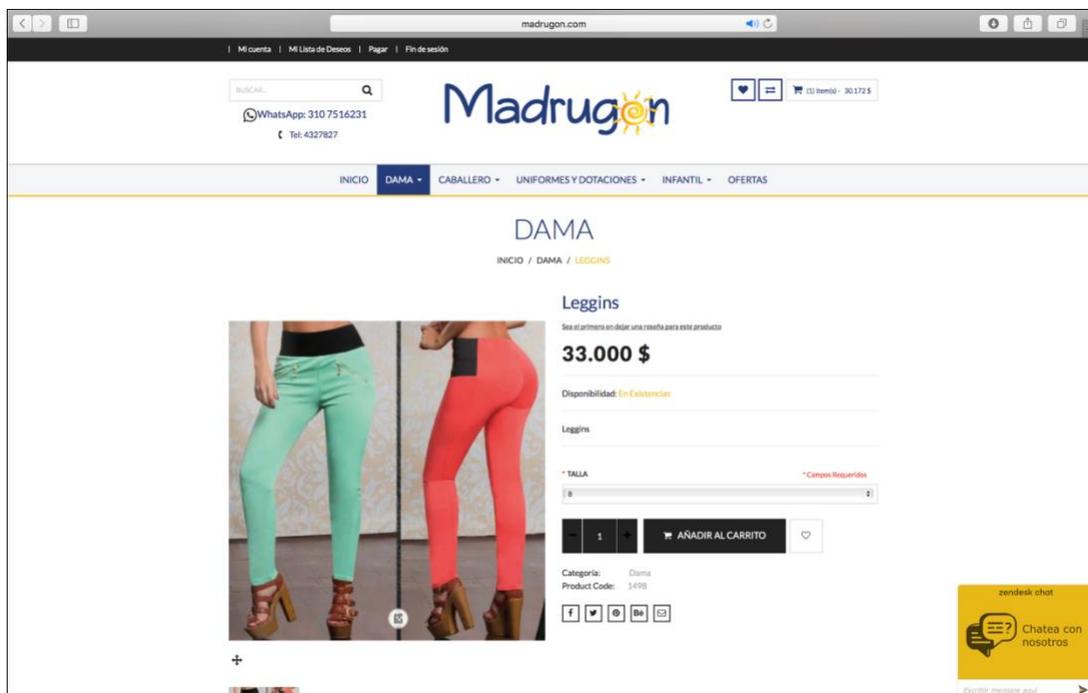


Figura 7: Visualización de producto

Fuente: Tomado de Madrugon.com

- Al finalizar la selección de los productos, el cliente puede dar clic en la parte superior en la pestaña “Pagar”, automáticamente se dirigirá a la página que mostrará el pre-pedido, le solicitará información adicional para el envío del pedido. Adicionalmente se observa actualmente que en forma de pago aparece la cuenta corriente de la empresa donde se debe hacer el pago previamente al envío del pedido, pero lo ideal con las mejoras propuestas es que los clientes puedan pagar con tarjetas crédito o débito mediante PSE, puntos efecty, entre otros.

ORDENAR

Ya estas registrado? Ingresar

NOMBRE E INFORMACIÓN DE CONTACTO

Nombre: Apellido:

Apellido:

Dirección de email:

Compañía:

Calle:

Ciudad: Departamento:

Teléfono:

Fax:

Contraseña: Confirma Contraseña:

MÉTODO DE PAGO

Comisión a la cuenta corriente: 54544725502 a nombre de Madrugon.com

Código de descuento:

DETALLES DE TU ORDEN

NOMBRE DE PRODUCTO	CANT.	TOTAL
Top Crop Talla Única	2	39.655 \$
Leggins Talla II	1	28.468 \$
Drill Hombre	1	42.241 \$
Camisa Marcus	1	33.621 \$
Jersey Masculino Talla L	3	93.517 \$
Jean Hombre	1	42.241 \$
Total		276.723 \$
Manipulación y expedición (Pago Contraintegr)		0 \$
Impuestos		44.277 \$
SUMA TOTAL		321.000 \$

[Dejamos tu mail](#)

Figura 8: Página de ordenar, verificación selección de productos, datos de envío.

Fuente: Tomado de Madrugon.com

- Luego de hacer clic en “Hacer pre-pedido”, el cliente observará la siguiente página, dónde le indican que de igual forma recibirá en su correo el pre-pedido y dónde tendrá un link para hacerle seguimiento al mismo. Este paso se eliminará en la nueva actualización de la página ya que los inventarios de los productos estarán en línea.

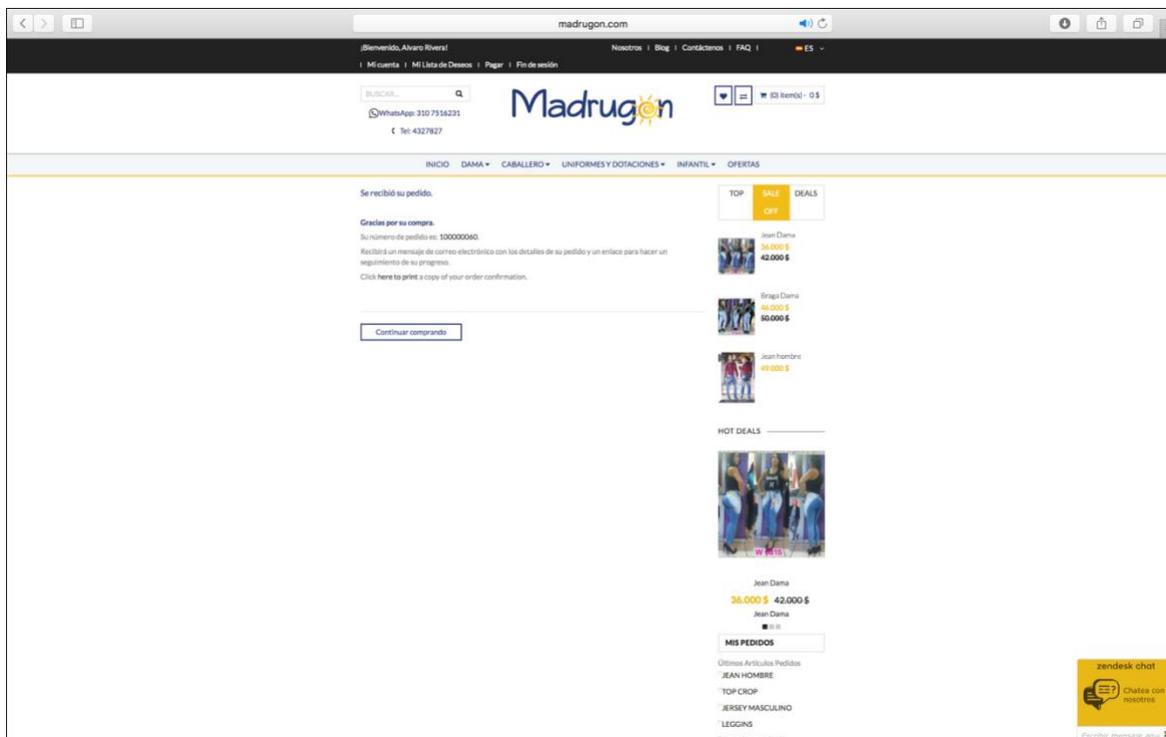


Figura 9: Finalización proceso de orden

Fuente: Tomado de Madrugon.com

- Como se mencionó en el punto anterior, el cliente va a recibir su pedido por correo de la siguiente forma. Visualizando los artículos, cantidades, total por cada uno, sub total, IVA, precio con impuestos incluidos, información de facturación y envío, método de pago y de envío. La factura oficial será emitida y enviada en el pedido, posterior a su pago.

Office 365 Outlook

Buscar en Correo y Conta... Nuevo | Eliminar | Archivar Correo deseado | Bloquear Mover a | Categorías | Deshacer

Carpetas
Bandeja de entrada 3299
Elementos enviados
Correo no deseado 3
Más
Grupos Nuevo

Correo no deseado **Filtrar**

Siguiente: No hay eventos para lo... **Agenda**

Madrugón
Madrugón: Pre-Pedido # 100000 11:38
Hola, Alvaro Rivera. Gracias por su pre-pedid...

Madrugón
Welcome, Alvaro Rivera!
Estimado/a Alvaro Rivera, Bienvenido/a a M...

Más antiguo

The Chopra Center
Want to get away this May? We 30/04/2018
You get a plus one...free! View in Browser ...

Madrugón

Hola, Alvaro Rivera

Gracias por su pre-pedido en Madrugón. Le mandaremos un correo electrónico con un enlace para el seguimiento de su pre-pedido. Puede comprobar el estado de su pre-pedido al [iniciar sesión en su cuenta](#). Si tiene alguna duda respecto a su pre-pedido, no deje de ponerse en contacto con nosotros en madrugon.com@gmail.com o llámenos al de lunes a viernes, de 9 a.m. a 5 p.m. Más abajo, encontrará la confirmación de su pre-pedido. Gracias de nuevo por preferirnos.

Su pre-pedido # 100000060 (realizado el 7 de junio de 2018 17:38:45 -05)

Información de facturación:		Método de pago:	
Alvaro Rivera Comercial s.a.s Calle 12c # 71c-61 Bogotá, Cundinamarca, 0000 Colombia T: 3163199652		Consignación a la cuenta corriente: 14144725902 a nombre de Madrugon.com	
Información de envío:		Método de envío:	
Alvaro Rivera Comercial s.a.s Calle 12c # 71c-61 Bogotá, Cundinamarca, 0000 Colombia T: 3163199652		Pago Contraentrega	

Artículo	SKU (número de referencia)	Cantidad	Total
Top Crop	646	2	39.655 \$
Talla	Unica		
Leggins	1498	1	28.448 \$
Talla	B		
Drill Hombre	3060-4	1	42.241 \$
Camisa Marcus	CamisaMarcus	1	33.621 \$
Jersey Masculino	055	3	90.517 \$
Talla	L		
Jean hombre	3062-1	1	42.241 \$
Total			276.723 \$
Manipulación y expedición			0 \$
Total (Impuestos no Incluidos)			276.723 \$
Impuestos			44.277 \$
Total (Impuestos Incluidos)			321.000 \$

Gracias, Madrugón

Figura 10: Confirmación de pedido al correo

Fuente: Tomado de Madrugon.com

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Descripción del Entorno del Negocio

Madrugon.com estará disponible a nivel nacional e internacional, contando con una sede física para la operación técnica de la plataforma y administrativa ubicada en la ciudad de Bogotá, esta ubicación teniendo en cuenta, que el evento del Madrugón las fábricas y Bodegas están localizadas en su gran mayoría en dicha ciudad.

Bogotá, es la capital y la ciudad más grande de Colombia, tiene alrededor de 8 millones de habitantes. Constituye el centro político, económico, financiero y cultural del país, por lo tanto, es el punto de encuentro de personas de todas las regiones, lo que la hace diversa y multicultural.

La industria textil en Colombia se ubica principalmente en las ciudades de Medellín y Bogotá, en “Bogotá se genera el 53% de los textiles, produce telas en plano, y punto con fibras sintéticas de poliéster y acrílicos para las confecciones, hogar y usos técnicos” (Encolombia, 2008) y donde se concentran 23.963 negocios que pertenecen al sector de prendas de vestir. (Dinero, 2018)

4.2 Descripción del Mercado

Se ha evidenciado que hay un mercado muy amplio por cubrir en todo el mundo, en el caso colombiano muchas personas que tienen tiendas en diferentes municipios, muchas veces se ven limitados para surtir sus tiendas, pues no cuentan con el tiempo para viajar a Bogotá, ni tampoco con los recursos para cubrir costos de traslado, alimentación, estadía entre otros y tampoco conocen los puntos de venta de muchas empresas.

En otras ocasiones las empresas abren sus tiendas los días miércoles y sábados a las 3am, y hay personas que tienen temor de llegar a esta hora y que puedan ser víctimas de hurto, pues es un sector en el que se presenta gran inseguridad en horas de la madrugada. En algunas tiendas adicionalmente deben hacer filas durante varios minutos para poder adquirir los productos por el gran flujo de personas que vienen a comprar.

Por otra parte, se encuentran las empresas productoras que cuentan con sus puntos de venta físicos, pero dentro de sus empresas no cuentan un departamento dirigido a la venta online, aunque tienen sus catálogos y han trabajado en las imágenes de sus productos, se evidencia que les hace falta promocionar de una mejor forma sus productos con el objetivo de incrementar las ventas.

En un informe presentado por la Alcaldía de Bogotá, se resalta que, en el sector textil a nivel nacional, se tienen más de 450 fabricantes textiles, mientras que los confeccionistas aumentan a más de 10.000 pequeñas y medianas empresas en su mayoría. La ciudad con mayor

potencial es Medellín que reporta un 50% de participación en la industria, mientras que Bogotá representa el 36%.

A nivel internacional Colombia es el proveedor número 31 en cuanto a la confección para Estados Unidos, cabe mencionar que con el Tratado de Libre Comercio firmado con este país y que entró en vigencia el 15 de mayo de 2012, ha permitido que nuevos empresarios puedan tener oportunidades de llegar a un mercado potencial.

Es importante tener en cuenta que productos provenientes de Asia, especialmente de China, han afectado en el último año el sector textil en Colombia y que a su vez ofrecen precios bajos en varios países del mundo, se nos es difícil ser competitivos en nuestro mercado nacional y a su vez en mercados internacionales.

Pero para ello, los empresarios han empezado a tomar medidas que le hagan frente a una amenaza directa y que puede comprometer nuestra industria, para ellos se quiere llegar con propuestas de valor como diseño, moda y calidad, siendo estos factores diferenciadores para conquistar nuevos mercados.

Ahora bien, según estudio revelado por Euromonitor International 2015, Colombia es el tercer país en la región en cual creció este sector, se calcula que se ha dado un crecimiento de 9,9%, siendo esta una tasa compuesta anual.

A continuación, se presenta el crecimiento de las ventas en el sector moda colombiano, tomados de información disponible en la página web de Procolombia:

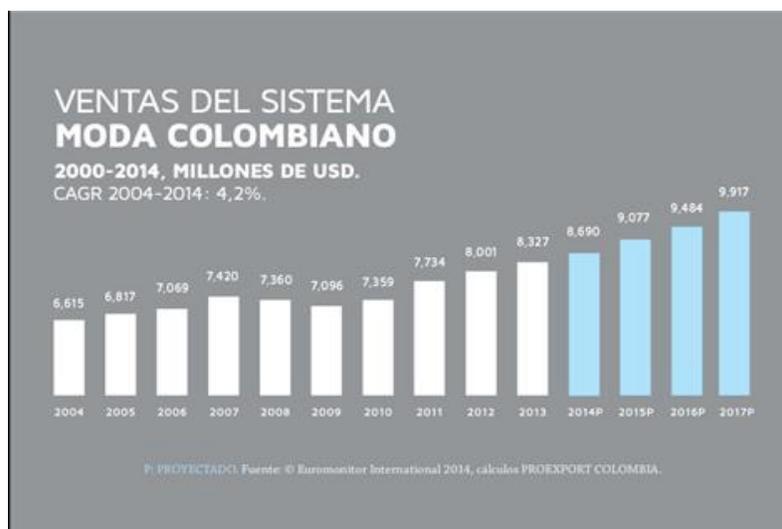


Figura 11: Ventas del sistema moda colombiano

Fuente: <http://inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion.html>

En cuanto a la economía del país, se ha logrado evidenciar que hay un rezago en el consumo en la mayoría de los hogares colombianos y gran parte de los ingresos van dirigidos a la compra de productos de primera necesidad, por lo tanto, el sector textil se ha visto afectado por la disminución de compras en ropa.

Adicionalmente a esto se encuentra la nueva reforma tributaria que generó un incremento en los insumos y en todas las materias primas necesarias para la producción y confección de prendas de vestir. Por eso cabe resaltar que el mercado internacional es una gran oportunidad para incrementar las ventas y sumado a esto está la continua devaluación del peso colombiano

frente al dólar, moneda principal en el comercio internacional para efectuar pagos entre clientes y proveedores.

Permitiendo así ser más competitivos y atractivos para mercados potenciales, especialmente Estados Unidos, Europa y países de la región que tienen como moneda principal el dólar norteamericano.

Análisis sector, evidencias y antecedentes sector textil-confección en e-commerce:

Ahora bien, la innovación en canales de venta en el sector textil, es decir el e-commerce, según un estudio presentado por INEXMODA (Instituto para la exportación y la moda), reveló que en el 2015 hubo un crecimiento del 38% en las ventas totales mediante el e-commerce, en comparación con el mercado tradicional este solo creció 6.3%.

Este mismo estudio reveló que en el sector textil confección, las ventas por e-commerce aumentaron en promedio 61% en el año 2015, en el siguiente gráfico se indicarán las ciudades con mayor afluencia y el porcentaje de crecimiento.

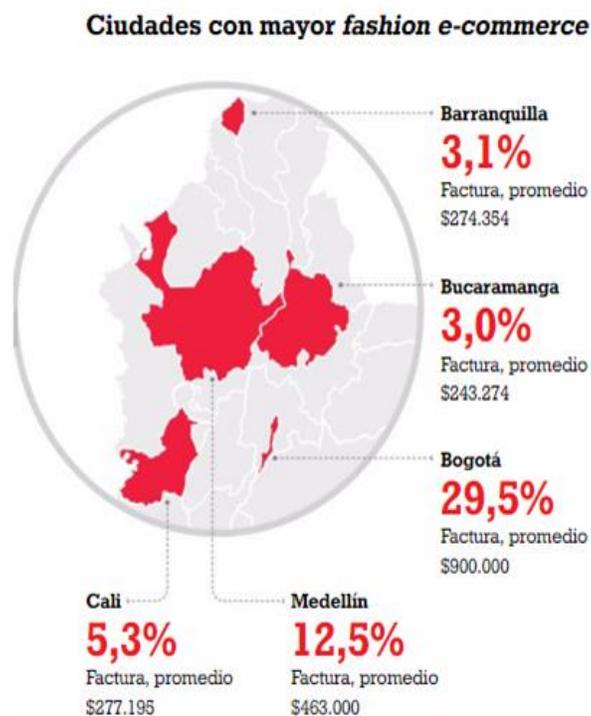


Figura 12: Ciudades con mayor *fashion e-commerce*

Fuente: Instituto para la exportación y la moda- INEXMODA

4.2.1 Segmento Objetivo

Madrugon.com está dirigido a clientes con tiendas físicas o virtuales que comercialicen prendas de vestir a nivel nacional e internacional, adicionalmente clientes que compren on-line prendas de moda al detal.

4.2.2 Necesidades

En la actualidad el e-commerce ha impulsado proyectos de emprendimiento por las facilidades y el acceso de plataformas e commerce que generar un mayor alcance para llegar al mercado objetivo, es por esto que Madrugon.com es un canal de distribución pensado para que los comerciantes de confecciones tengan un canal on-line que ofrezca sus productos 24/7 y para que los clientes compren desde cualquier lugar y momento.

Los fabricantes han manifestado que requieren un canal de distribución on-line pero que no cuentan con el tiempo para actualizarlo y administrarlo por lo que madrugon.com es la solución ya que permitirá comprar mediante diferentes medios de pago a nivel nacional e internacional, de modo tal que los empresarios inclusive lleguen a exportar y sean beneficiados con acuerdos comerciales con diferentes países del mundo.

Esta plataforma tendrá disponibles los productos en tiempo real, gracias a una conexión entre proveedores y madrugon.com mediante un software de actualización de los inventarios, además estará haciendo mercadeo constantemente por redes y de manera directa al cliente de acuerdo al historial de compras lo que posiciona las marcas en el mercado.

Para los compradores que realizan sus compras en el evento del madrugón donde deben realizar filas, competir para encontrar la mercancía por el número de personas que acuden, además la inseguridad por robos y atracos en el centro de Bogotá generan desconfianza y sustos,

con una plataforma que ofrezca los productos de las marcas que tienen almacén y aquellas que venden solo en el evento en las bodegas en una plataforma on-line evitará todos estos inconvenientes y dará más acceso y facilidad a clientes de otras ciudades quienes deben costear gastos de transporte, alimentación y hospedaje, así mismo el tiempo de traslado con la compra on-line se podrán eludir y disminuir gastos de dinero y tiempo.

4.2.3 Tamaño del Mercado

Los clientes potenciales son aquellos que compran prendas de vestir para comercializar en negocios establecidos físicos y virtuales o para emprendedores que venden a domicilio, teniendo en cuenta esta población es indeterminada ya que no existen estudios estadísticos para definirla y a esto se le suma la población internacional a la que puede llegar la página web.

A través de los datos históricos de clientes atendidos durante el año 2017 y lo que va del 2018 se han atendido 75 clientes, teniendo en cuenta las condiciones actuales de madrugon.com donde la página no se actualiza constantemente, los clientes deben solicitar por WhatsApp las fotos de los productos, realizar una pre orden, esperar la confirmación de la existencia del producto y la atención se realiza por 2 personas que laboran medio tiempo.

Madrugon.com le apunta a un crecimiento de dos veces los clientes atendidos hasta el momento, que serían 225 considerando que, ahora se trabajara con una plataforma que le permitirá al cliente hacer todo el proceso de compra desde ella y sin tiempo de espera de

confirmación de disponibilidad del producto y con acceso 24/7, además se tendrá dos personas de tiempo completo en horario diurno para servicio al cliente.

Igualmente, para que Madrugon.com sea un éxito se requiere realizar alianzas con los empresarios que fabrican las prendas los cuales se encuentran ubicados en el centro de Bogotá en el sector de San Victorino, se concentran aproximadamente 50.000 empresas dedicadas al sector textil - confección - moda, las cuales son las marcas que venden en el mercado mayorista del madrugón. (tiempo, 2016)

En el evento participan 11.200 empresarios más 5.000 que están establecidos en el sector de los cuales en el centro comercial el Gran San participan 435 microempresarios y las 702 marcas que tienen local. (tiempo, 2016)

De esta cifra de empresarios ya algunos cuentan con canal de ventas on-line constituido pese a esto, sigue siendo un mercado amplio de fabricantes que su único medio de distribución es la venta física en su negocio o algunos solo en evento semanal del madrugón es a estos a quienes se le debe ofrecer esta plataforma y la alternativa de un nuevo canal de venta para ampliar su mercado y sus ventas llegando a nuevos clientes. (tiempo, 2016)

4.3 Análisis de la Competencia

En cuanto a la competencia a nivel internacional existen tiendas de comercio electrónico por departamentos como un centro comercial on-line y dentro de sus categorías está la de ropa

como es el caso Amazon que es estadounidense, AliExpress, Alibaba, Wish que son Chinas y algunas con dominio colombiano como linio y MercadoLibre que ofrecen productos sustitutos que apuntan a satisfacer las mismas necesidades que madrugon.com, además existen páginas web colombianas que ofrecen ropa al por mayor importada como lo son:

	<p>Página web dedicada a la distribución de ropa al por mayor femenina colombiana, americana y europea, siendo su fuerte la venta de prendas importadas.</p> <p>Fortalezas: posicionamiento de la página en el primer lugar de búsqueda, variedad de prendas femeninas.</p> <p>Debilidades: La calidad de las fotos es pésima no se aprecian los detalles de la prenda.</p> <p>Restricciones: se debe estar inscrito para acceder a los precios.</p>
	<p>Página web dedicada a la venta de ropa al por mayor importada para surtir negocios y para los que venden ropa de mujer desde casa.</p> <p>Fortalezas: diseño de la página y calidad de las fotos.</p> <p>Debilidades: productos sin inventario, página desactualizada con descuentos del mes de noviembre del año 2017.</p> <p>Restricciones: Ninguna.</p>

	<p>Página web dedicada a la venta de blusas de dama al por mayor.</p> <p>Fortalezas: precios muy económicos</p> <p>Debilidades: solo tienen pagos vía baloto</p> <p>Restricciones: se debe comprar por docenas</p>
---	--

Tabla 2: Análisis marcas competidoras

Fuente: Elaboración propia

En competencia directa está **alpormayorenlínea** esta página web ofrece surtir negocios en 48 horas los negocios apuntando a nuestro mercado objetivo y con productos colombianos de la misma forma que madrgon.com pero con algunas falencias ya que ofrecen pocas marcas y categorías con escasas referencias y unidades disponibles.

	<p>Página web dedicada a la venta al por mayor de ropa 100% colombiana masculina, femenina, infantil y accesorios.</p> <p>Fortalezas: inventarios en línea la compra se puede realizar 100% desde la página para envíos nacionales.</p> <p>Debilidades: en algunas categorías tienen pocas referencias o unidades disponibles.</p> <p>Restricciones: se deben comprar mínimo 6</p>
---	--

	unidades surtidas.
--	--------------------

Tabla 3: Análisis de marca competencia directa

Fuente: Elaboración propia

4.4 Análisis DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia multiproveedor - alianzas: permite agregar gran cantidad de productos, mejorar la propuesta de valor, y reforzar la marca) • Crecimiento del mercado: número de personas que compran por internet productos y servicios va en aumento en la actualidad • Crecimiento internacional a través del uso del internet • Innovación constante a través de apps para móviles (Mobile commerce) 	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente competencia del mercado del mercado electrónico • Riesgo de inventario: Mantener el inventario actualizado para cumplir con los pedidos • Reclamos por productos dañados o por entrega errónea • Inseguridad de los clientes para pagos electrónico.
FORTALEZAS	FO	FA
<ul style="list-style-type: none"> • Funcionamiento de la página web 24/7 • Facilidades de pago por diferentes medios • Precios económicos al por mayor • Calidad de los productos en materias primas y confección • Contar con diferentes marcas y un amplio portafolio de productos • Envíos nacionales e internacionales a través una transportadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar alianzas con los proveedores para lograr ofrecer diferentes marcas y referencias de las diferentes categorías de productos. • Impulsar la compra on-line mediante publicidad en medios para que los clientes conozcan la página y sus beneficios. • Establecer estrategias de posicionamiento de la página e innovación en la facilidad de uso y contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión de las opiniones positivas de los proveedores que pactaron inicialmente para atraer nuevos proveedores • Realizar capacitaciones para que los proveedores se apropien de actualizar los inventarios e informar acerca de las nuevas colecciones • Generar confianza de marca a través de opiniones de los clientes y publicidad.

DEBILIDADES	DO	DA
<ul style="list-style-type: none"> • Despachos erróneos • Problemas técnicos para actualización de inventarios con los proveedores • Los clientes no pueden ver y sentir la clase, textura y grosor de las telas 	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir las facilidades de compra a través de la página en cuanto la compra desde cualquier lugar y momento mediante las redes sociales. • Describir el producto con las características físicas y especificaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un servicio postventa para cambios o reembolso del dinero • Monitorear periódicamente el funcionamiento operativo de la página y sus aplicativos.

Tabla 4: Análisis DOFA

Fuente: Elaboración propia

Estableciendo las oportunidades y amenazas del mercado de manera global y las fortalezas y debilidades de la idea de negocio se establecieron estrategias para aprovechar lo positivo y contrarrestar lo negativo, además se identificó que es vital para cumplir con los objetivos y estrategias de mercadeo para la ventas establecer alianzas con diferentes proveedores para ofrecer un amplio portafolio de productos de las diferentes categorías que se ofrecerán, asimismo se determinó que por el medio y que es un sector consolidado el voz a vos de la opiniones de la página genera confianza lo que atraerá nuevos proveedores y clientes, teniendo en cuenta que se den realizar campañas publicitarias, establecer puntos de control periódicos para actualización de la página y mantenimiento operativo y hacer acompañamiento a los clientes durante y después de la compra.

5. ESTRATEGIA DE MERCADEO

5.1 Mezcla de mercadeo

5.1.1 Producto

Madrugon.com es una plataforma que ofrece servicio a personas que tienen tiendas o locales de venta de ropa al detal en diferentes ciudades o municipios de Colombia, de igual forma a personas que venden a través de plataformas digitales o redes sociales como Facebook o Instagram.

Adicionalmente uno de los objetivos más importantes es consolidarnos como proveedores de personas que comercializan en otros país, actualmente contamos con clientes en Australia, Japón, Estados Unidos, Holanda, Chile, Perú, Costa Rica, entre otros.

Para la protección de nuestros clientes potenciales, Madrugon.com a todos los visitantes de la página web les mostrará los precios al detal, de modo tal que el cliente final siempre consiga los productos al mismo precio y que nuestros clientes potenciales a través de un usuario y contraseña puedan visualizar los precios al por mayor, que aplican a partir de la media docena.

5.1.2 Precio

Teniendo en cuenta que las personas que visitan nuestra página web el 99% de ellas están buscando la facilidad de comprar prendas de vestir al por mayor, el objetivo de la plataforma es vender al mismo precio que lo hacen los productores o proveedores en sus tiendas físicas ubicadas en el sector de San Victorino en Bogotá, de tal forma que las personas se vean más interesadas a comprar en línea y obtengan un ahorro de tiempo y dinero en caso de que se deban desplazarse desde otras ciudades para adquirir los productos.

Por lo que Madrugon.com, realizara negociaciones estratégicas con cada una de las empresas, de modo tal que ellos se comprometan a ingresar las referencias y cantidades disponibles de cada una de ellas y por la atención, comercialización, proceso de comprar y envío nosotros cobramos a ellos un valor de \$4.000COP por prenda.

Por otra parte se ofrecerá servicios de publicidad donde las marcas que quieran un mejor posicionamiento de sus productos dentro de nuestra plataforma o quienes deseen anunciar el lanzamiento de próximas campañas de moda o mejor conocidos como catálogos, deberán pagar \$500.000COP, esto incluirá campañas de publicidad en la página web y redes sociales en las que tenga cuenta activa madrugon.com y se enviara correos masivos a los clientes que estén suscritos a nuestra plataforma web y que autoriza recibir información.

5.1.3 Distribución

Por ser una plataforma digital, madrugon.com tiene un alcance a todo el territorio colombiano y de igual forma a cualquier parte del mundo, donde se tenga conexión a internet, un computador o smartphone para navegar, se permitan realizar pagos con tarjetas crédito y donde no haya restricciones de navegación a nuestra plataforma.

Los envíos se realizarán por medio de empresas aliadas como por ejemplo Interrapidísimo, Servientrega, Envía, Taxis Verdes, Coordinadora, TCC, entre otras donde cada una nos representa beneficios económicos por los envíos en volumen y adicionalmente algunas de ellas llegan a municipios apartados que otras no. Los pagos de estos costos de envío son asumidos por el cliente y cancelados de forma contraentrega, es decir que en el momento en que llega su pedido a la puerta de su local o vivienda debe cancelar este costo.

Para envíos internacionales se trabaja actualmente con la empresa 4-72, una empresa del estado que impulsa el desarrollo de la industria colombiana y para exportaciones tienen beneficios económicos en el costo y los precios pueden estar inclusive un 50% más económico que una empresa tradicional de envío internacional.

4-72 ofrece tres servicios: el primero es Exporta Fácil hasta 30kg con tiempo de entrega entre 16 a 20 días hábiles, se requiere factura comercial, carta de responsabilidad, cámara de comercio y en algunos casos, documentos requeridos por el país de destino, segundo EMS hasta 30kg, requiere factura comercial y carta de responsabilidad, con tiempo de entrega entre 9 a 15 días hábiles y Express Time hasta 70 kg con tiempo de entrega entre 5 a 8 días hábiles y se

requiere factura comercial, carta de responsabilidad y en algunos casos, documentos requeridos por el país de destino.

Los tiempos de entrega dependiendo la ciudad o municipio de destino en Colombia oscilan entre 1 a 3 días hábiles, mientras que a nivel internacional este tiempo varía por la distancia del país de destino el tiempo de entrega oscila entre 5 a 20 días hábiles. Los clientes pueden rastrear la trazabilidad del pedido o hacer seguimiento a través de las plataformas de cada una de las empresas de envíos con el código de referencia que se envía a penas el pedido es entregado a la empresa transportadora.

5.1.4 Comunicación

Madrugon.com ha logrado posicionarse en el buscador de google cuando se ingresa la palabra “Madrugón”, “venta de ropa por mayor”, “madrugón Bogotá”, teniendo visitas diarias hasta de 200 usuarios, pero paulatinamente se espera que con campañas publicitarias llegemos a más personas tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

El posicionamiento se daría a través de renovación continua de los productos, palabras claves, links desde las redes sociales donde se tiene cuentas activas, voz a voz con nuestros clientes fidelizados y a través de blogs de moda de personas influenciadoras o expertos.

Los proveedores encontraran en Madrugon.com la necesidad de pertenecer a la página web número uno de comercialización de productos al por mayor colombianos y en la que podrán

posicionar a su vez sus marcas. El flujo de público y la cantidad de transacciones o ventas cerradas serán un factor definitivo para que más marcas quieran hacer parte de esta marketplace.

5.2 Presupuesto de mercadeo

Inversión Publicidad	Presupuesto
Posicionamiento SEO (off page)	\$500.000COP / mes
Google Adwords	\$500.000COP / mes
Pauta Facebook	\$500.000COP / mes

Tabla 5: Presupuesto mercadeo

Fuente: Elaboración propia

Para que una empresa se posicione en el mercado es muy importante que realice campañas de publicidad, por eso teniendo en cuenta que Madrugon.com es un marketplace que comercializa por internet, nuestra publicidad se realizará a través de Google que es el buscador más usado a nivel mundial y Facebook que es la red social más usada para interconectar las personas y a su vez ha empezado a ser una plataforma para que muchas empresas tengan sus tiendas virtuales.

Mensualmente se realizarán tres inversiones en mercadeo, la primera es en posicionamiento SEO (off page) que hace referencia a acciones fuera de la página web donde a

través de enlaces externos los usuarios se dirijan a nuestro sitio web, permitiendo un posicionamiento orgánico en Google y otros buscadores.

La segunda inversión se realizará en Google Adwords porque permitirá más visitas al sitio web, se orientarán anuncios a ciudades o países donde se tiene interés comercializar, aumentar las ventas online y mediante palabras claves se lograrán mejores búsquedas.

La tercera opción es mediante pauta en Facebook, donde se promocione mediante anuncios la página web y los productos que vendemos.

5.3 Objetivos comerciales

- Vender el primer año 69,25 millones de pesos, teniendo la mayor venta en el mes de diciembre por 9,7 millones teniendo en cuenta, que es temporada alta.
- En el segundo año se proyecta incrementar las ventas en un 114%, teniendo un promedio de ventas mensuales de 12,35 millones de pesos.
- En el tercer año tener ventas por 267,74 millones millones de pesos, correspondientes a un crecimiento del 8,65% con respecto al segundo año.
- Realizar alianzas con 15 proveedores en el primer año y conseguir que 10 pauten por publicidad, en el segundo año incrementar a 20 proveedores de los cuales 15 pauten en publicidad, en el tercer año incrementar a 25 proveedores de los cuales 16 pauten en publicidad.

5.4 Estimativos de ventas

La estimación de ventas se basa en la proyección de los datos históricos que se tienen de ventas, además se tuvo en cuenta los meses de temporada baja como enero y febrero y los meses de temporada alta abril, mayo, noviembre y diciembre, los demás meses son estables.

PERIODO	VENTAS \$	PROMEDIO MENSUAL	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	69.256.000	5.771.333	
AÑO 2	148.208.320	12.350.693	114,00%
AÑO 3	267.739.264	22.311.605	80,65%

Tabla 6: Estimativo de ventas

Fuente: Elaboración propia

6. ESTRATEGIA OPERATIVA

6.1 Descripción técnica de productos y/o servicios

La empresa se dedicada a la venta de ropa al por mayor a través de un Marketplace contará con el servicio de venta on-line, asesoría, acompañamiento y soporte en preventa y postventa:

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	
SERVICIO 1: VENTA ON-LINE	
	
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	<p>El cliente ingresa a www.madrugon.com en donde encuentra los productos por categorías generales dama, caballero, uniformes y dotaciones e infantil en cada una de ellas estarán las subcategorías de los productos blusas, jeans, chaquetas, entre otros, cada referencia tiene una descripción, además las especificaciones de tallas, colores y unidades disponibles.</p> <p>Los precios que verá inicialmente son precios por unidad regulares de venta al detal para acceder a los precios al por mayor debe solicitar un código mayorista a servicio al cliente, los puede hacer directamente desde la página web o por correo electrónico, para esto necesita adjuntar el RUT y registro</p>

en Cámara de Comercio, posteriormente recibirá el código y hará el registro en la página.

Continúa navegando en página como comprador al detal o al por mayor según sea el caso añadiendo en el carrito de compras los productos de su pedido después finaliza la compra y se le despliega un cuadro para que introduzca sus datos personales y de envío, a continuación, escogerá el medio pago de las diferentes opciones donde se incluirá el costo de los productos del pedido y el de envío de acuerdo a la ubicación y cantidad de productos.

Por último, realizará el pago y los pasos serán de acuerdo al medio que el cliente escogió, le llegara una notificación de la aprobación del pago y la orden de pedido para el despacho.

A continuación, les llegará una notificación a los proveedores con las referencias solicitadas por el cliente, colores, tallas y cantidades, posteriormente el equipo de madrugon.com consolidará el pedido del cliente y procederá al empaque y envío.

Se le enviará una notificación al cliente del envío con el número de guía que genere la transportadora para que lo pueda rastrear y el tiempo en el que aproximadamente le llegara el pedido. (este tiempo varía del lugar y si es nacional o internacional)

	Cuando el pedido es recibido por el cliente debe verificar si tiene algún inconveniente o se siente inconforme tiene la opción de contactarse con servicio al cliente.
REQUISITOS DE USO	Condiciones de uso: Al Marketplace madrugon.com se puede acceder desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

Tabla 7: Ficha técnica servicio online

Fuente: Elaboración propia

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	
SERVICIO 2: SERVICIO AL CLIENTE	
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	<p>ATENCIÓN AL CLIENTE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación con el cliente ante cualquier inconveniente que este tenga en el proceso de compra. • Resolver dudas que lo clientes manifiesten acerca del proceso de compra. • Acompañamiento al cliente si lo requiere o solicita en el proceso de compra. <p>CALIDAD DEL SERVICIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener en cuenta los mensajes que se le transmiten al cliente

	<ul style="list-style-type: none"> • Ser oportuno en la comunicación • Tener en cuenta la situación particular del cliente para atenderlo <p>GESTIÓN DE RECLAMACIONES:</p> <p>Resolver PQRS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuchar y entender al cliente • Responder asertivamente • Asegurarse que le ha entendido al cliente antes de proceder a dar una solución • Mantener la cordialidad y tranquilidad • En causar la conversación hacia una solución o
<p>REQUISITOS DE USO</p>	<p>Condiciones de uso: Al Marketplace madrugon.com se puede acceder desde cualquier dispositivo con acceso a internet.</p>

Tabla 8: Ficha técnica servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia

6.2 Localización y tamaño de la empresa

Para determinar la ubicación se tuvieron en cuenta diferentes factores como ubicación de los proveedores, canon de arrendamiento, disponibilidad de servicios público, adecuaciones de la oficina, de acuerdo con estos se decidió ubicar el centro operativo, administrativo y financiero de

madrugon.com en la ciudad de Bogotá en el barrio Centro sector San Victorino, carrera 13 # 12-81 edificio Romanos.

El proyecto en localización no presenta muchas dificultades ya que se necesita una oficina para el funcionamiento de la empresa que sea cómoda, con acceso internet banda ancha, ambiente agradable y de fácil acceso con espacio para el servidor y 4 puestos de trabajo.

6.3 Procesos

El proceso de compra en madrugon.com inicia con el acceso a la página web, luego debe definir si quiere comprar al por mayor o al detal, en el caso de comprar al detal continua con el proceso, pero en el caso de compra al por mayor debe solicitar un código de mayorista el cual se envía por correo electrónico para que el cliente realice el registro y continúe el proceso.

En la siguiente etapa el cliente selecciona los productos y los agrega al carrito, luego selecciona el medio de pago y sigue las instrucciones de la página o de su entidad bancaria en caso de algún inconveniente o duda puede contactar a servicio al cliente, en caso de no requerir se confirma el pedido para proceder a enviar la notificación del pedido a los diferentes proveedores y posteriormente el equipo de madrugom.com realiza la recolección y embalaje de este para enviarlo a la transportadora y proceder a enviar los datos al cliente, se confirma el recibido en caso de que el cliente quede satisfecho se da por terminado el servicio, de los

contrario se brinda el soporte a las PQRS hasta encontrar una solución o llegar a un acuerdo con el cliente. A continuación se muestra el proceso gráficamente:

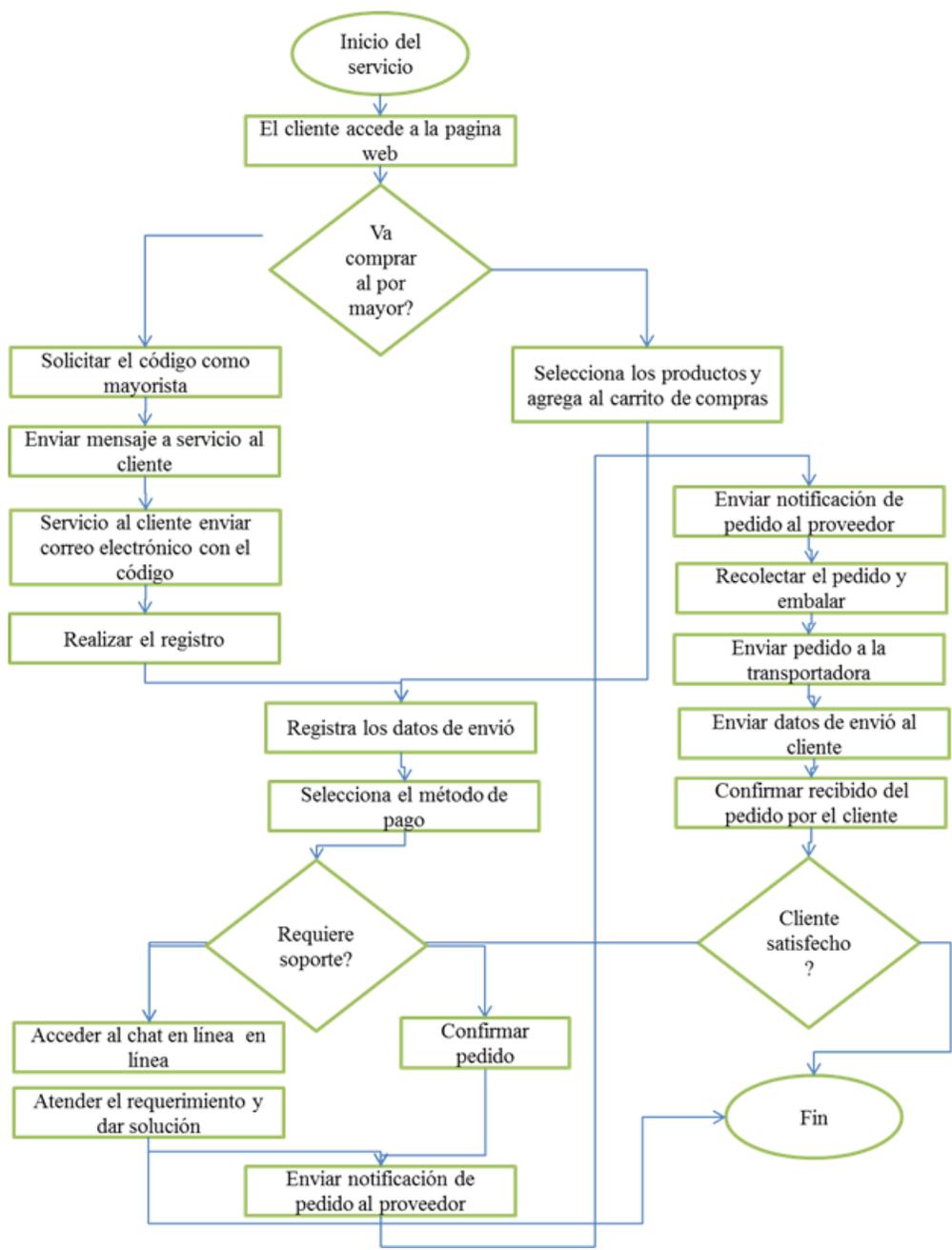


Figura 13: Procesos de compra

Fuente. Elaboración propia

6.4 Distribución de la Planta

Para el funcionamiento de madrugon.com se requiere de una oficina de 50 mts cuadrados con 4 puestos de trabajo, sala de juntas y espacio para el servidor, en el siguiente gráfico se muestra la distribución:

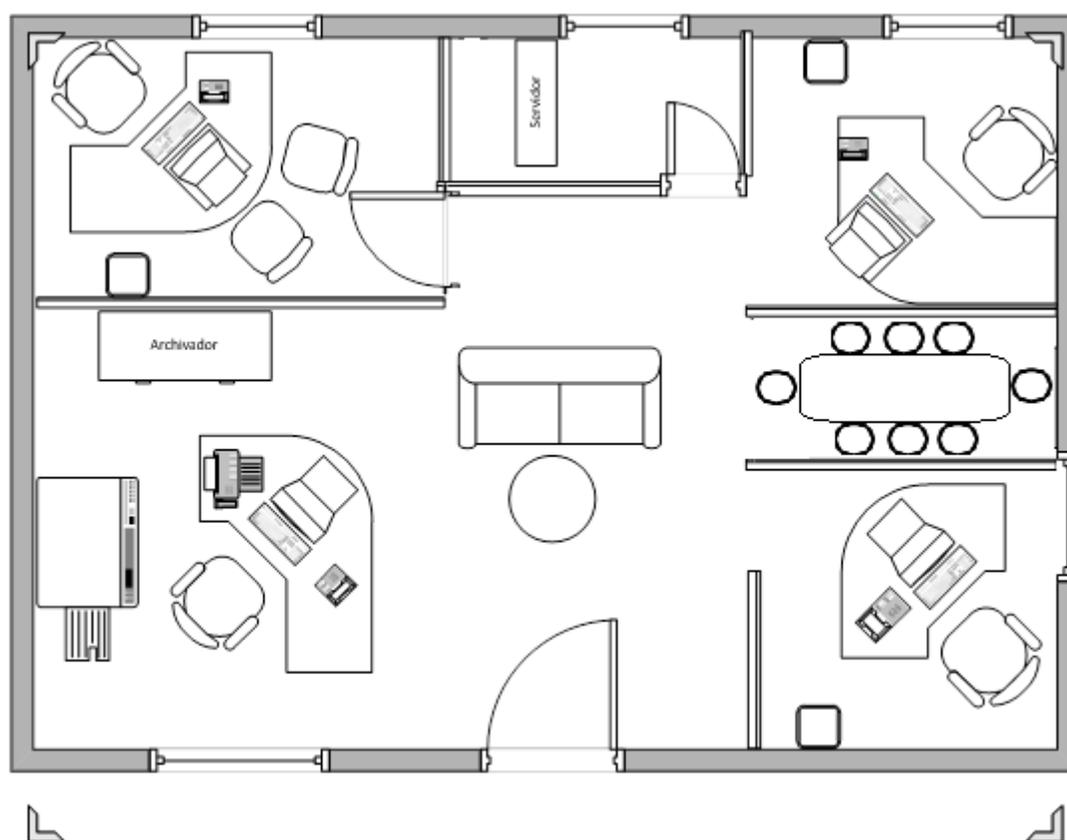


Figura 14: Distribución de planta

Fuente: Elaboración propia

6.5 Identificación de Necesidades de Maquinaria y Equipos

Muebles y Enseres de Oficina

Artículo	Cantidad	Precio Unitario	Valor total
Escritorio esquinero 	2	\$239.900	\$479.800
Escritorio recto 	2	\$169.900	\$339.800
Sillas 	10	\$99.900	\$999.000
Mesa de juntas 	1	\$769.900	\$769.900

<p>Archivador</p> 	4	\$190.900	\$763.600
<p>Teléfono fijo</p> 	1 (2 auriculares)	\$122.900	\$122.900
TOTAL			\$3.475.000

Tabla 9: Cotización muebles y enseres oficina

Fuente: Imágenes y precios Homecenter

Equipo de Oficina

Equipo	Cantidad	Precio unitario	Valor Total
<p style="text-align: center;">Servidor</p>  <p style="text-align: center; color: blue;">Servidor en torre PowerEdge T130</p>	1	\$3.489.017	\$3.489.017
<p>Computador portatil</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Procesador: Intel Corei5-7200UProcessor. 2.5GHz ● Sistema Operativo: Windows 10 (64bit) ● Memoria RAM: 8GB ● Disco Duro: 1TB ● Pantalla: 14.0" HD 1366x76 	1	\$1.699.000	\$1.699.000
<p>Computador escritorio</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tarjeta Gráfica: Gráficas AMD Radeon™ 530 con 2 GB de 	3	\$2.499.000	\$7.497.000

memoria GDDR5 dedicada <ul style="list-style-type: none"> ● Procesador: Intel Core I7 7700T ● Sistema Operativo: Windows 10 ● Memoria RAM: 8GB ● Disco Duro: 1TB ● Pantalla: 23.8" Incluye monitor, teclado y mouse			
Impresora Multifuncional 	1	\$399.000	\$399.000
TOTAL			\$13.084.017

Tabla 10: Cotización equipos de oficina

Fuente: Precios e imágenes Dell y Alkosto

6.6 Programa de Producción o Prestación del Servicio

Al ser un Marketplace hay dos actores principales en el desarrollo del negocio, por una parte, están nuestros clientes potenciales y en la otra parte están los proveedores, es necesario que estos dos se integren a nuestra plataforma.

El compromiso con el cliente es que cada vez ofreceremos mayor variedad de productos y precios, excelente calidad, cumplimiento y seguridad en proceso de compra. El compromiso con

el proveedor es ofrecer un excelente servicio a los clientes para que sean recurrentes, llegar a nuevos mercados tanto a nivel nacional como internacional, cumplimiento en pagos y campañas publicitarias para posicionar a su vez sus marcas.

En la actividad diaria de comercialización requiere un inventario actualizado, productos de última tendencia, asesoría en proceso de compra, anuncios en redes sociales, fidelización de clientes y satisfacción de las necesidades de los dos actores.

6.7 Plan de compras e inventarios

Teniendo en cuenta que madrugon.com es un Marketplace que no produce, sino que se dedica a la comercialización de prendas de vestir al por mayor, inicialmente se realizará una inversión de \$7.485.000 COP que incluye la tienda base, sección métrica, mapa de calor por un año, hosting por un año e integración PAYU, posteriormente mensualmente se invertirá en campañas de posicionamiento y de publicidad \$1.500.000 COP.

En cuanto a los inventarios, por medio del sistema que integra a los proveedores con la página web, a medida que el proveedor vende en su tienda física se descargan las unidades en nuestra plataforma y si nosotros vendemos por el sitio web se notificará al proveedor para que los productos sean guardados y descontados del inventario. De esta forma madrugon.com no contará con un stock o inventario en bodega.

6.8 Gestión de calidad

El compromiso sobre la calidad de atención, la plataforma y los productos con el cliente son unos de nuestros diferenciadores y lo que nos permitirá consolidarnos en el mercado nacional e internacional, rigiéndonos a normativas de entidades terceras que evaluarán inclusive nuestros procesos, para efectos de este proyecto se nombrarán las siguientes normas ISO que se registrarán.

- ISO/IEC 27018 Tecnología de la Información: Código de Prácticas para la Protección de la Información de Identificación Personal (PII) en la nube en calidad de procesadores PII.
- ISO 9001: Esta norma es de sistemas de gestión de calidad, centrándose en los procesos y satisfacción del cliente.
- ISO/IEC 27001:2013: Hace referencia a la seguridad de la información, es decir que protege la confidencialidad, disponibilidad de la información e integridad.
- ISO/IEC 27017: Esta norma busca el control para proveedores y clientes.
- ISO 10008 Gestión de la calidad: Se establecen directrices para transacciones en el comercio electrónico entre negocios y consumidores.
- ISO 9004: Se estipulan las directrices para aumentar la eficacia y eficiencia de la organización.

7. ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA

7.1 Estructura organizacional

7.1.1 Áreas funcionales

Para llevar a cabo el modelo de negocio de Madrugon.com se implementaran las siguientes áreas funcionales:

- **Dirección general:** Está área es la encargada de dirigir la empresa y a su equipo al cumplimiento de los objetivos, se encarga de las alianzas con proveedores, toma de decisiones de inversión y será el responsable de dar resultados sobre las ventas. Por ser una pyme, en un principio también estará encargado de seleccionar el personal, realizando labores de recursos humanos.
- **Ventas y logística:** Se asignan dos personas en esta área de tal forma que uno se encargue de atención al cliente, colaboración en proceso de compra, chat online o whatsapp y solución de inquietudes sobre los productos y PQRS, la otra persona se encargará de recoger los pedidos en los locales de los proveedores, organizarlos, verificar calidad, presentación, embalaje y posterior envío del pedido.

- **Tecnología de la Información y mercadotecnia:** Se asignará un ingeniero de sistemas con especialización en Marketing con redes sociales y entre sus labores estaría ofrecer servicio técnico sobre la página web, cargar los productos para las empresas que lo requieran, desarrollar campañas de posicionamiento SEO (off page), adwords, Facebook, Instagram y Twitter.
- **Finanzas:** Será el área encargada de la contabilidad, informes contributivos, planeación financiera entre otras funciones, se realizarán mediante un servicio de outsourcing con una compañía o un contador, de tal forma que se tenga los reportes de ventas y cumplimientos de metas. Además cumplir con los reportes legales que deben ser presentados al estado.

7.1.2 Criterios de organización.

Los criterios que se tienen en cuenta para designar los cargos y las tareas está basado en el modelo de negocio que desea desarrollar Madrugon.com, basados en los datos históricos y las conversaciones con algunos de nuestros clientes donde nos han expresado sus necesidades y lo que consideran sería ideal para mejorar tanto el proceso, como la experiencia de compra en nuestra plataforma web.

Se identifica la necesidad de tener director general que guíe las actividades a los objetivos, que sea capaz de dirigir la empresa a un crecimiento dónde todos los actores se sientan satisfechos y sobre todo que realice las inversiones de la forma correcta. El director se encargará

de hacer las alianzas y debe hacer cumplir los acuerdos de negociación con los proveedores, buscando siempre el beneficio del cliente.

Uno de nuestras propuestas de valor tanto para el cliente como para el proveedor es que vamos a ofrecer un servicio al cliente de calidad para que puedan ser atendidos los requerimientos que tengan, por eso se asignará una persona en esta labor.

De igual forma para cumplir con los tiempos establecidos como uno de los diferenciadores, se designará una persona encargada de recibir los pedidos, ir a recogerlos donde el proveedor, realizar el proceso de control y calidad y posteriormente enviar y notificar al cliente el número de guía de la empresa seleccionada para el transporte.

Por otra parte, para tener la página web en constante mantenimiento y realizar las campañas de mercadeo es importante tener un ingeniero con especialización en redes sociales por que estos serán los medios usados para cerrar las ventas y en la web es dónde se encuentran navegando nuestros clientes, por lo que se debe garantizar que vamos a ser los primeros en buscadores y que nuestros anuncios llegarán al público objetivo. Adicionalmente siempre debe haber un soporte técnico para que la página web no sufra interceptaciones intrusas, no fallen los pagos o procesos de compra, no haya fraudes y no se caiga la navegación en la misma.

7.1.3 Diseño del Organigrama y Análisis de cargos.

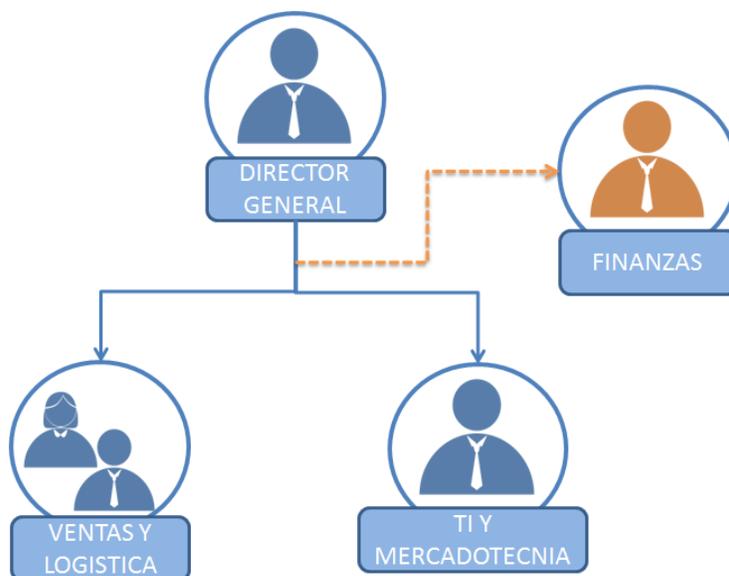


Tabla 11: Organigrama

Fuente: Elaboración propia

Director General: Planear, coordinar y evaluar estrategias de mercado, administrar recursos humanos, relaciones públicas, aspectos legales de la empresa.

Funciones:

1. Definir estrategias para la introducción al mercado de la empresa en el medio en que se desenvuelve.
2. Establecer alianzas con los proveedores y hacer contactos
3. Coordinar las áreas de la empresa y supervisar el cumplimiento de las funciones
4. Evaluar constantemente el progreso de todas la estrategias que se han establecido
5. estructurar y revisar los presupuestos de la empresa
6. Asegurar la calidad de la empresa
7. Generar estrategias de marketing para atraer nuevos clientes y promoción de ventas

8. Programar y aprobar pagos de las diferentes obligaciones de la organización
9. proponer metas a cumplir en el corto, mediano y largo plazo para la compañía

Requisitos:

- Estudios Universitarios en Administración y afines y posgrado en dirección
- Conocimientos en Cultura de gestión del conocimiento, Relaciones públicas e internacionales, Procesos de desarrollo, Organización empresarial y estructural, trabajo en red, recursos humanos.

Competencias: Comunicación efectiva, Planificación y Organización, Liderazgo, Desarrollo de personal, Visión de Negocios.

Director TI y Mercadotecnia: Asegurar que el marketplace madrugon.com funcione sin contratiempos y eficientemente, además realizar las actividades de publicidad por redes sociales.

Funciones:

1. Supervisar el correcto funcionamiento de la página web
2. Programar las actualizaciones del software
3. Programar y realizar el mantenimiento del servidor y equipo de computo
4. Cargar los productos a la plataforma y el inventario
5. Realizar las pautas publicitarias por redes sociales y adwords
6. Prestar soporte técnico a los clientes o proveedores con el funcionamiento de la plataforma

Requisitos:

- Estudios Universitarios en Ingeniería de sistemas o afines, postgrado en Marketing con redes sociales.

- Conocimientos en telecomunicaciones, manejo de plataformas virtuales, TIC's, pautas en redes y adwords.

Competencias: Comunicación efectiva, Planificación, Creatividad, Innovación y Orientación a la calidad.

Asesor Servicio al Cliente: Atender los requerimientos de los clientes y brindar soporte para solucionarlos.

1. Atender el chat en línea de la plataforma
2. Revisar y responder los correos electrónicos
3. Atender la llamadas y whatsapps de los clientes
4. Reportar inconvenientes con la plataforma al director de TI
5. Brindar información a los clientes de acuerdo a sus requerimientos, quejas o reclamos .
6. Establecer soluciones para satisfacer al cliente
7. Llegar acuerdos con los clientes si tienen una queja o reclamo

Requisitos:

- Estudios en técnico de servicio al cliente
- Conocimientos en servicio al cliente, manejo de office, redacción y ortografía

Competencias: Comunicación asertiva, empatía y orientación al servicio.

Asesor de Logística: Coordinar con los proveedores los pedidos de acuerdo al informe de órdenes de pedidos que se le suministre.

1. Recoger los pedidos con los diferentes proveedores
2. Verificar cada pedido, organizarlo y embalarlo
3. Realizar ficha con los datos de envío

4. Coordinar los envíos con la transportadora
5. Confirmar el recibido del pedido con el cliente
6. Informar a Servicio al cliente si ocurre algún inconveniente de insatisfacción por parte del cliente

Requisitos:

- Estudios en técnico o tecnólogo en logística
- Conocimientos logística, distribución, envíos, embalaje y manejo de office

Competencias: trabajo en equipo, orientación de resultados y responsabilidad

Financiero: Gestionar, controlar y analizar las labores financieras de la empresa.

1. Revisar toda aquella actividad que influya en el capital económico de la empresa
2. Gestionar la liquidez
3. Estar atento frente a cualquier cambio que influya en sus labores
4. Presentar Informes contables a la gerencia
5. Presentar los informes a la DIAN y entes de control y vigilancia.
6. Brindar la información necesaria a tiempo a gerencia cada vez que sea requerida.
7. Revisar constantemente los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.
8. Analizar la situación económica de la empresa y generar estrategias de financiación o reportes de alertas con datos negativos.

Requisitos:

- Estudios universitarios en Contaduría Pública y postgrado en Finanzas
- Conocimientos derecho laboral, análisis financiero y análisis contable.

Competencias: orientación de resultados, responsabilidad y planeación.

7.2 Estructura de Personal

La empresa tendrá una estructura por procesos, la dirección general es responsable de definir los procesos de la cadena de valor y armonizar la contribución de las diferentes áreas funcionales. Los responsables de las áreas deben dirigir y gestionar las operaciones, para cumplir con el objetivo común de la organización y la cadena de valor.

7.2.1 Política de Contratación

Se contratará el personal con contrato laboral a término fijo de 2 o 3 años y periodo de prueba de 2 meses según la normativa colombiana cumpliendo con el pago del salario, prestaciones y demás reglamentos de ley, la renovación del contrato depende de su rendimiento y contribución en el cumplimiento de los objetivos de la empresa. El proceso de selección se realizará de acuerdo a los requisitos del cargo y se les brindara la inducción y capacitación requerida para el desempeño del cargo.

7.2.2 Política Salarial

Madrugon.com se regirá bajo la política salarial colombiana vigente con salario fijo mensual más prestaciones legales a través de un contrato fijo, el personal que hace parte de este tipo de contratación es:

Cargo	Salario	Prestaciones
Director General	\$2.000.000	\$2.866.600
Director TI y Mercadotecnia	\$1.200.000	\$1.719.900
Asesor de Ventas	\$781.242	\$1.119.754
Asesor Logístico	\$781.242	\$1.119.754

Tabla 12: Política salarial

Fuente: Elaboración propia

El área de financiera será contratada por outsourcing con una compañía que nos brinde un paquete en Asesoría financiera y tributaria, Organización contable y documental, Gestión ante entidades financieras y Asesoría en control y seguimiento de flujos de caja.

Paquete contable con dedicación de 10 horas mensuales.	\$500.000 mensuales
--	---------------------

Tabla 13: Área financiera

Fuente: Elaboración propia

8. PLAN ECONÓMICO

8.1 Plan de inversiones

8.1.1 Presupuesto de inversión fija

Para la ejecución del proyecto se estima una inversión total inicial de \$64.506.547 COP, esta será por aporte inicial de capital de los tres socios inversionistas por un valor igual de cada uno, es decir \$21.502.182 COP. Con esta inversión se cubriría la compra de equipos, muebles y enseres de la oficina, que suman \$16.559.017 COP y el desarrollo web del marketplace por parte de una tercera empresa, teniendo un costo de \$7.485.000 COP que incluye el Hosting y dominio por un año, tienda base, secciones métricas, mapa de calor por un año y la integración de PAYU.

Teniendo en cuenta que el primer año, se debe cubrir los gastos administrativos y gastos preoperativos para cumplir con los objetivos planteados, se designará del capital inicial \$39.561.856 COP.

Para cubrir imprevistos quedarán \$900.674 COP, estos valores están basados en cotizaciones previas.

8.1.2 Presupuesto de capital de trabajo

Teniendo en cuenta que madrugon.com actualmente cuenta con clientes recurrentes y fidelizados, pero que con las mejoras que se van a implementar se espera realizar alianzas con los proveedores y el crecimiento de las ventas.

Según los estados de resultados para cumplir con los objetivos planteados y que la empresa sea sostenible por las ventas, en el primer año se designará \$39.561.856 COP del capital inicial para pagar el salario de los trabajadores y otros que se nombran en la parte financiera como gastos administrativos, gastos de ventas y gastos preoperativos.

A partir del segundo año, la empresa ya llegará a su punto de equilibrio y será sostenible por sí sola.

8.2 Estructura de costos

8.2.1 Estructura de los costos empresariales (costo y gastos fijos)

COMPOSICIÓN DE LOS COSTOS FIJOS

Tipo de costo	Mensual	Anual
Mano de obra	\$1.119.754	\$13.437.050

Costos de Producción	\$944.166	\$11.329.992
Gastos administrativos	\$6.551.314	\$78.615.770
Créditos	\$0,00	\$0,00
Depreciación	\$247.025	\$2.964.303
TOTAL	\$8.615.234	\$106.347.115

Tabla 14: Composición de los costos fijos

Fuente: Elaboración propia

Los costos y gastos fijos del primer año, ascienden a \$106.347.115, se destinan 13.437.050 millones de pesos para mano de obra, se establecen 11.329.992 millones de pesos en costos de producción, se calculan 78.615.770 millones de pesos para gastos administrativos, no se estudian créditos. Se contabilizan 2.964.303 millones de pesos para depreciación.

8.2.2 Presupuesto de costos operacionales (costos y gastos fijos)

Costos Fijos	
Acueducto	\$ 50.000
Arriendo	\$ 700.000
Energia	\$ 70.000
Dominio y Hosting	\$ 24.166
Internet	\$ 100.000
TOTAL	\$ 944.166
Gastos fijos administrativos	
Gastos bancarios	\$ 20.000
Papeleria y utiles	\$ 200.000
Asesoría Contable	\$ 500.000
TOTAL	\$ 720.000

Tabla 15: Costos operacionales fijos

Fuente: Elaboración propia

Los costos fijos de esta compañía están compuestos por los servicios necesarios para la operación que son: acueducto, arriendo, energía, dominio y hosting e internet, que suman \$944.166 COP y los gastos fijos administrativos comprende los gastos bancarios por la cuota de manejo de la tarjeta débito corriente, papelería y útiles y asesoría contable que suman \$720.000 COP. Los costos fijos son basados en cotizaciones realizadas e investigaciones.

8.2.3 Estructura de costos variables unitarios.

Al momento de realizar las proyecciones financieras, no se registran costos variables para el desarrollo de este modelo de negocio. Por lo que todos los costos son fijos y se deben cubrir para la operación diaria.

PUNTO DE EQUILIBRIO		VENTAS TOTALES ANUALES:		\$ 107.638.780
PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES
Comisión por ventas	52.464.114	13.116	4.372.009	1.093,00
Servicio Publicidad	55.174.666	110	4.597.889	9,20
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
	0	0	0	0,00
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 107.638.780	VENTAS MENSUALES	\$ 8.969.898	

Tabla 17: Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

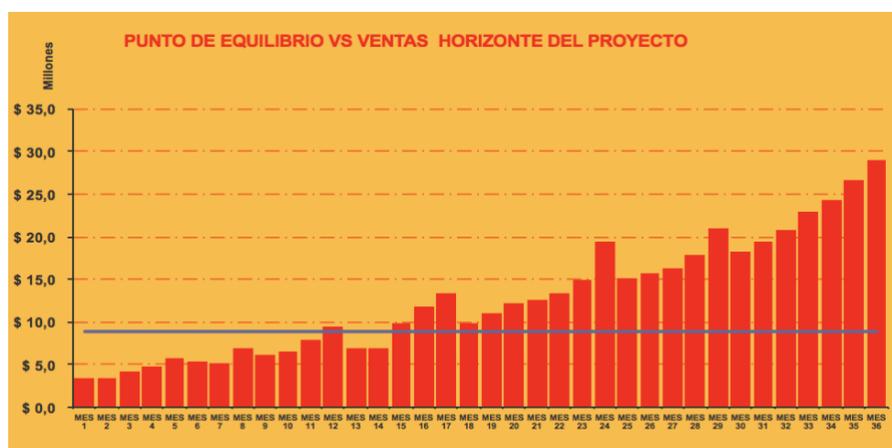


Figura 15: Punto de equilibrio vs ventas horizonte del proyecto

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender \$107.638.780 al año para no perder ni ganar dinero. Se requieren ventas mensuales promedio de 8,9 millones de

pesos. Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el segundo año, alcanza el punto de equilibrio.

9. PLAN FINANCIERO

9.1 Los Estados Financieros

9.1.1 El Balance

ACTIVO	INICIAL
CAJA	-8.198.345
CUENTAS POR COBRAR	0
INVENTARIOS	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	-8.198.345
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	16.559.017
DE PRECIACION	
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	16.559.017
OTROS ACTIVOS	8.198.345
TOTAL ACTIVOS	16.559.017
PASIVO	
CUENTAS POR PAGAR	
PRESTAMOS	0
IMPUESTOS POR PAGAR	
PRESTACIONES SOCIALES	
TOTAL PASIVO	0
PATRIMONIO	
CAPITAL	16.559.017
UTILIDADES RETENIDAS	
UTILIDADES DEL EJERCICIO	
TOTAL PATRIMONIO	16.559.017
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.559.017

Tabla 18: Balance general de la inversión inicial

Fuente: Elaboración propia

El balance general indica que la empresa tiene un activo fijo de 16.559.017 millones de pesos y un pasivo en cero teniendo en cuenta, que comienza sin endeudamiento ya que los socios hacen el aporte el cual es el patrimonio de la empresa inicial.

9.1.2 Estado de Resultados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL (PRIMER AÑO)						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS	3.500.000	3.500.000	4.100.000	4.704.000	5.812.000	5.424.000
- COSTO DE VENTAS	2.310.945	2.310.945	2.310.945	2.310.945	2.310.945	2.310.945
UTILIDAD BRUTA	1.189.055	1.189.055	1.789.055	2.393.055	3.501.055	3.113.055
- GASTOS ADMON.	6.551.314	6.551.314	6.551.314	6.551.314	6.551.314	6.551.314
- GASTOS DE VENTAS	42.000	42.000	49.200	56.448	69.744	65.088
UTILIDAD OPERACIONAL	-5.404.260	-5.404.260	-4.811.460	-4.214.708	-3.120.004	-3.503.348
- OTROS EGRESOS						
- PREOPERATIVOS	136.639	136.639	136.639	136.639	136.639	136.639
UTILIDAD A. DE IMP.	\$ -5.540.899	\$ -5.540.899	\$ -4.948.099	\$ -4.351.347	\$ -3.256.643	\$ -3.639.987
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
	5.164.000	6.928.000	6.220.000	6.540.000	7.892.000	9.472.000
	2.310.945	2.310.945	2.310.945	2.310.945	2.310.945	2.310.945
	2.853.055	4.617.055	3.909.055	4.229.055	5.581.055	7.161.055
	6.551.314	6.551.314	6.551.314	6.551.314	6.551.314	6.551.314
	61.968	83.136	74.640	78.480	94.704	113.664
	-3.760.228	-2.017.396	-2.716.900	-2.400.740	-1.064.964	496.076
	136.639	136.639	136.639	136.639	136.639	136.639
	\$ -3.896.867	\$ -2.154.035	\$ -2.853.539	\$ -2.537.379	\$ -1.201.603	\$ 359.437

Tabla 19: Estado de resultados mensual del primer año

Fuente: Elaboración propia

El estado de pérdidas y ganancias proyectado para el primer año, muestra que las metas de venta son insuficientes para cubrir el costo de operación debido a que se tienen costos fijos que cubrir. La rentabilidad sobre las ventas del proyecto en el primer año es de 4,7%.

El flujo de caja en el primer año es negativo, presentando su mayor déficit en el mes 11 por valor de -\$43.899.330 millones de pesos, por lo cual se debe estimar tener el capital de trabajo para cubrir las eventualidades.

9.2 Análisis de la Rentabilidad Económica

9.2.1 Valor Presente Neto (VPN)

Teniendo en cuenta que la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) para el negocio es del 10% el valor presente neto es de \$96.610.460, el cual se interpreta como que el proyecto arroja 97 millones adicionales al invertir los recursos en el que en uno que rente el 10% anual, por lo que demuestra que se debe continuar con el proyecto.

9.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR para el proyecto es de 78,35% la cual indica una rentabilidad promedio anual, este rendimiento es debido a que la inversión del proyecto no es alta y el mantenimiento de los costos de operación y gastos administrativos son bajos y a medida que se incrementa el número de alianzas con los proveedores y del portafolio de productos aumenta se incrementan las ventas

ya que los clientes encuentran variedad de productos desde la comodidad de su hogar y con disponibilidad 24/7.

9.2.3 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es en el tercer año ya que las ventas empiezan a incrementar debido al posicionamiento de la página web y el número de productos que se ofertan según el incremento de proveedores y empresas que empiezan a pautar por publicidad.

9.3 Proyección de los estados financieros a tres años

9.3.1 Estado de resultados proyectado

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO ANUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
VENTAS	69.256.000	148.208.320	267.739.264	
INV. INICIAL	0	0	0	
+ COMPRAS	0	0	0	
- INVENTARIO FINAL	0	0	0	
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	0	0	0	
+ MANO DE OBRA FIJA	13.437.050	13.974.532	14.761.661	
+ MANO DE OBRA VARIABLE	0	0	0	
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	11.329.992	11.783.192	11.783.192	
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	2.964.303	2.964.303	2.964.303	
TOTAL COSTO DE VENTAS	27.731.345	28.722.027	29.509.156	
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	41.524.655	119.486.293	238.230.108	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	78.615.770	79.161.370	80.795.729	
GASTOS DE VENTAS	831.072	1.778.500	3.212.871	
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	-37.922.187	38.546.423	154.221.508	
- OTROS EGRESOS				
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	
- GASTOS PREOPERATIVOS	1.639.669	1.639.669	1.639.669	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	-39.561.856	36.906.754	152.581.839	
IMPUESTOS	0	0	12.588.002	
UTILIDAD NETA	\$ -39.561.856	\$ 36.906.754	\$ 139.993.837	

Tabla 21: Estado de resultados proyectado a 3 años

Fuente: Elaboración propia

El estado de resultados en el primer año, muestra una pérdida por \$39.561.856 COP, la rentabilidad bruta es del 59,96% anual. La cual está dentro de los parámetros de la industria, la rentabilidad operacional es del -54,76% anual. Se sugiere repasar la estructura de costos y gastos fijos. La rentabilidad sobre ventas es de -57,12% anual. Se propone revisar con detenimiento los costos financieros y la recuperación de capital de los costos pre operativos.

9.3.2 Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE FONDOS ANUAL			
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERATIVOS			
VENTAS DE CONTADO	69.256.000	148.208.320	267.739.264
VENTAS A 30 DIAS	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS	0	0	0
VENTAS A 90 DIAS	0	0	0
VENTAS A 120 DIAS	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS	0	0	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	69.256.000	148.208.320	267.739.264
EGRESOS OPERATIVOS			
MATERIA PRIMA	0	0	0
GASTOS DE VENTA	831.072	1.778.500	3.212.871
MANO DE OBRA VARIABLE	0	0	0
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	13.437.050	13.974.532	14.761.661
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	11.329.992	11.783.192	11.783.192
GASTOS ADMINISTRATIVOS	78.615.770	79.161.370	80.795.729
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	104.213.884	106.697.593	110.553.453
FLUJO NETO OPERATIVO	-34.957.884	41.510.727	157.185.811
INGRESOS NO OPERATIVOS			
APORTES			
ACTIVOS FIJOS	16.559.017	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0
FINANCIACION			
ACTIVOS FIJOS	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	16.559.017	0	0
EGRESOS NO OPERATIVOS			
GASTOS PREOPERATIVOS	8.198.345		
AMORTIZACIONES	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0
IMPUESTOS	0	0	0
ACTIVOS DIFERIDOS	0		
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	16.559.017	0	0
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 24.757.362	\$ 0	\$ 0
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ -8.198.345	\$ 0	\$ 0
FLUJO NETO	\$ -43.156.229	\$ 41.510.727	\$ 157.185.811
+ SALDO INICIAL	\$ -8.198.345	\$ -43.156.229	\$ -1.645.502
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ -43.156.229	\$ -1.645.502	\$ 155.540.309

Tabla 22: Flujo de caja proyectado a 3 años

Fuente: Elaboración propia

El proyecto posee un aporte de los socios de \$ 16.559.017, para el primer año de operación arroja un flujo de efectivo negativo de \$43.156.229 COP, para el segundo año, el valor es de \$41.510.727 COP y para el tercero de \$157.185.811 COP, la viabilidad financiera se

determina a través de tres indicadores, el primero de ellos es la tasa interna de retorno o TIR la cual es de 78,35%. Se considera entonces que el proyecto arroja una rentabilidad del 78,35% promedio anual, aunque esta es alta, se debe tener en cuenta que se está llegando un mercado desatendido a nivel nacional e internacional por lo que se considera que va a ver un crecimiento de las ventas sostenido durante los primeros 3 años de operación, adicionalmente se harán mejoras en la plataforma web y se aumentará el personal de trabajo, para satisfacer las necesidades.

9.3.3 Balance proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	-8.198.345	-43.156.229	-1.645.502	155.540.309
CUENTAS POR COBRAR	0	0	0	0
INVENTARIOS	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	-8.198.345	-43.156.229	-1.645.502	155.540.309
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	16.559.017	16.559.017	16.559.017	16.559.017
DEPRECIACION		2.964.303	5.928.607	8.892.910
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	16.559.017	13.594.714	10.630.410	7.666.107
OTROS ACTIVOS	8.198.345	6.558.676	4.919.007	3.279.338
TOTAL ACTIVOS	16.559.017	-23.002.839	13.903.915	166.485.754
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR		0	0	0
PRESTAMOS	0	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR		0	0	12.588.002
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTAL PASIVO	0	0	0	12.588.002
PATRIMONIO				
CAPITAL	16.559.017	16.559.017	16.559.017	16.559.017
UTILIDADES RETENIDAS		0	-39.561.856	-2.655.102
UTILIDADES DEL EJERCICIO		-39.561.856	36.906.754	139.993.837
TOTAL PATRIMONIO	16.559.017	-23.002.839	13.903.915	153.897.753
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.559.017	-23.002.839	13.903.915	166.485.754

Tabla 23: Balance general proyectado a 3 años

Fuente: Elaboración propia

El balance general indica que la empresa tiene un activo fijo de \$16.559.017. COP de pesos inicial, respecto al primer año se mantienen los activos fijos pero los activos corrientes no cubren los costos de operación. La compañía cuenta con liquidez cubriendo la capacidad de pago a corto plazo. Es importante tener en cuenta que los activos corrientes sean fáciles de conversión a dinero.

Al finalizar el primer año, se infiere que por cada pasivo corriente que debe, la empresa tiene %00 pesos de activo líquido corriente para cubrirlo, pero se tiene buenas expectativas en el nivel de ventas para cubrir los costos del segundo año y empiece a generar utilidades.

9.4 Distribución de las Utilidades

Teniendo en cuenta que dos los socios estarían laborando directamente con madrugón.com y que mensualmente recibirán su pago salarial correspondiente se ha decidido mediante un común acuerdo que no se va a realizar repartición de dividendos hasta los primeros 5 años cuando la empresa logre su punto de madurez y sea sostenible, adicionalmente se espera que el dinero de las utilidades sea reinvertido para mejoras del Marketplace, campañas de publicidad a través de redes sociales y con presencia en ferias de moda en Colombia, ya que se quiere lograr un posicionamiento en el sector textil y lograr un reconocimiento para que cada vez hayan más proveedores y más clientes.

10. ASPECTOS DE LEGALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN

Actualmente madrugon.com se encuentra constituido en cámara de comercio de Bogotá a nombre del señor Álvaro John Rivera Boyacá con NIT: 79.052.173-6, con régimen común de igual forma cuenta con su registro tributario RUT.

Teniendo en cuenta que la empresa ahora va a estar conformada por socios, está ya no puede seguir con la constitución de persona natural, sino que se debe establecer como S.A.S, pero no es posible que una persona natural sea transformada a Sociedad por Acciones Simplificadas puesto que estas se pueden hacer únicamente entre sociedad colectiva, en comandita simple, sociedad anónima, empresa unipersonal, comandita por acciones.

Por lo tanto, la matrícula mercantil debe ser cancelada en la cámara de comercio, a continuación, presentare los pasos necesarios para su debida constitución con la nueva composición accionaria.

I PARTE - RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1. En el registro único empresarial y social cámaras de comercio, se debe verificar que el nombre no se encuentre asignado, en este caso este será cancelado para constituir madrugon.com S.A.S.

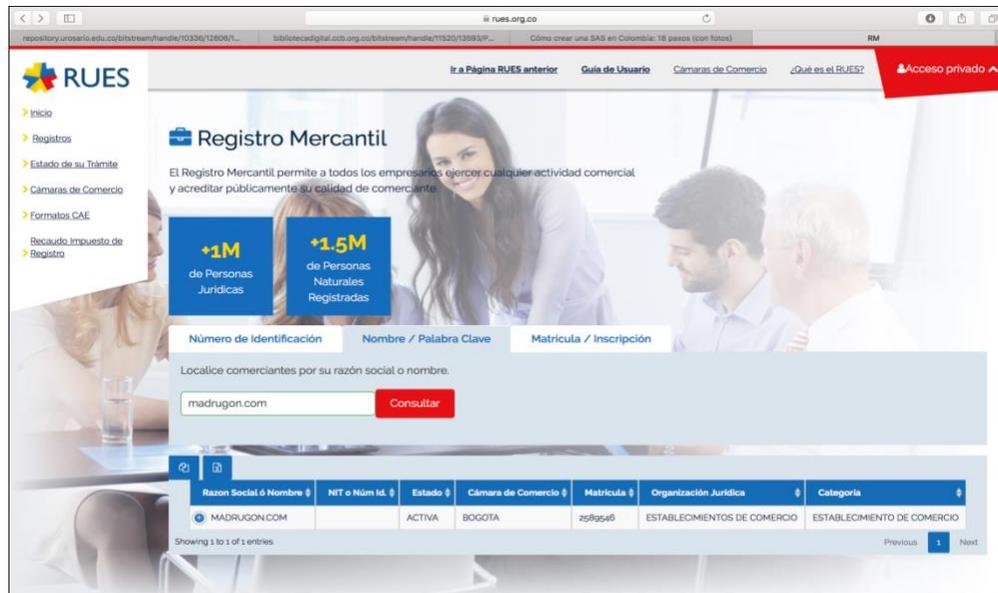


Figura 16: Página de registro mercantil

Fuente: Elaboración propia

- 2 Se define las actividades a las que se dedicará la empresa.
3. Se determinan el número de accionistas o socios, para este proyecto serían dos personas Álvaro Edwin Rivera Díaz y Laura Marcela Ruiz Villarreal.
4. Se establece el capital y acciones que se emitirán.
5. Se determina la forma en que será administrada la sociedad.

II PARTE - ELABORACIÓN DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

6. Se debe elaborar un documento con la constitución de la sociedad y de igual forma este debe ser autenticado. Este debe contener: nombres, documento de identidad y dirección de domicilio de cada uno de los accionistas.

7. En este documento se debe escribir el domicilio principal de la sociedad.

8. En este documento se debe incluir la forma de administración, nombres, documentos de identidad y facultades de sus administradores.

9. Se dirige a una notaría para su debida autenticación.

III PARTE - RADICA DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO

10. Se solicita en la cámara de comercio el formulario para constituir una S.A.S y de igual forma un instructivo para el pre - RUT.

11. Se procede a tomar un turno para solicitar el registro en la oficina de cámara de comercio de Bogotá, se debe pagar la matrícula mercantil, impuesto de registro 0,7% del valor inicial de capital, derechos de inscripción por valor de \$34.000 COP y el formulario que cuesta \$4.500 COP.

12. Luego de ser radicado los documentos, se debe esperar el registro que puede tardar 8 horas hábiles y que puede ser consultado en el sitio web: www.ccb.org.co

IV PARTE - FINALIZACIÓN DEL REGISTRO DE LA SOCIEDAD

13. En cámara de comercio se solicita el certificado de Existencia y representación legal de la sociedad y el formulario 1648

14. Para todas las transferencias financieras, es necesario la apertura de una cuenta bancaria que debe establecerse a nombre de la sociedad.

15. Finalmente se solicita el RUT en una sede de la DIAN.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bancoldex. (2013). *Sobre pymes*. (Bancoldex, Ed.) Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de Bancoldex: <https://www.bancoldex.com/Sobre-pymes/Que-es-Pyme.aspx>
- Chuquipiondo, R. D. (2013). *Cómo elaborar un plan de marketing*. (E. E. EIRL, Ed.) Lima, Miraflores, Perú: Empresa Editora Macro EIRL.
- Dinero. (09 de 07 de 2017). El Gran San y su ‘Madrugón’: la otra cara del comercio popular colombiano. *Dinero*.
- Dinero. (23 de 1 de 2018). *Dinero*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Dinero: <https://www.dinero.com/Buscador?query=empresas%20colombianas%20del%20sector%20textil>
- Encolombia. (2008). *Información de interés económico*. (Encolombia) Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Encolombia: <https://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/industriatextil/>
- Human Level. (1 de 2017 de 2017). *Business to business (B2B): negocio entre empresas*. (H. L. Communications, Ed.) Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Human Level: <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/business-to-business-b2b>
- Keat, P. G., & Young, P. K. (2004). *Economía de Empresa* (4ª edición ed., Vol. IV). (E. Q. Duarte, Ed., & É. M. Borneville, Trad.) México, México: Pearson Educación.
- Marketing4food. (15 de Marzo de 2017). *Ventas al por mayor*. Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de marketing4food: <http://www.marketing4food.com/glosario/ventas-al-mayor/>
- Milenium. (2017). *Páginas Web*. Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de Informatica Milenium: <http://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>
- Perez, E. R. (2005). *Contabilidad de Costos*. México, México: Editorial Limusa.

- PrestaShop. (20 de Marzo de 2013). *Tendencias E-commerce*. Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de PrestaShop: <https://www.prestashop.com/es/blog/que-son-los-marketplaces-y-como-sacar-el-maximo-partido-de-ellos>
- Tiempo, E. (26 de Agosto de 2016). *El tiempo*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de El tiempo: <http://www.eltiempo.com/cultura/gente/feria-de-la-confeccion-mayorista-en-san-victorino-46192>
- Vásquez, A. G., Vásquez, D. G., & Cifuentes, T. R. (2005). *Contabilidad Financiera*. (C. e. Rosario, Ed.) Bogotá, Colombia: Centro editorial Universidad del Rosario.
- Visa Empresarial. (10 de Abril de 2014). *E-commerce*. (Visa Empresarial) Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de Visa Empresarial: https://visaempresarial.com/co/noticias/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico_197