



UNIVERSIDAD  
SANTO TOMÁS

# URBAN SPACE

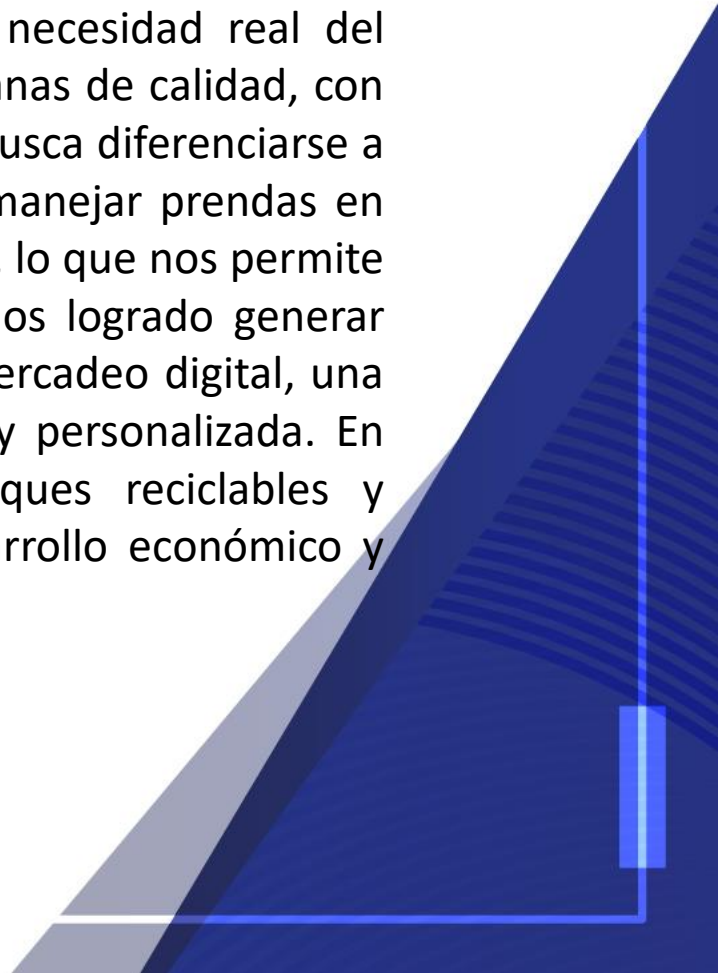
## ETAPA DE POSTULACIÓN ( temprana)

ANDRES JOHANES CAÑAVERA ROMERO



# IDEA DE EMPRENDIMIENTO

Urban Space es un emprendimiento formalizado en etapa temprana, enfocado en la venta virtual de ropa importada y nacional. Surge como respuesta a una necesidad real del mercado: desconfianza al comprar ropa en línea y ofrecer prendas urbanas de calidad, con estilo único y a precios mas accesibles, dirigida a un público joven que busca diferenciarse a través de su forma de vestir. Nuestra propuesta de valor se basa en manejar prendas en tendencia de calidad, mezclando moda internacional con el talento local, lo que nos permite destacarnos frente a la competencia. Durante los últimos meses hemos logrado generar ingresos recurrentes y un crecimiento sólido gracias a estrategias de mercadeo digital, una fuerte presencia en redes sociales y una atención al cliente cercana y personalizada. En Urban Space promovemos el consumo consciente, usamos empaques reciclables y apoyamos a pequeños productores nacionales, contribuyendo al desarrollo económico y social del entorno.





# **ALINEACIÓN CON**

## **LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

Urban Space está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente con el ODS 12: Producción y consumo responsables. Usamos empaques reciclables para nuestras entregas, reduciendo el impacto ambiental del comercio electrónico. Además, apoyamos la economía local al incluir productos nacionales en nuestra oferta, generando oportunidades para pequeños productores, lo cual se relaciona con el ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Nuestro impacto positivo también se refleja en la rutina del consumidor: ofrecemos una alternativa confiable, moderna y consciente para adquirir ropa urbana de calidad desde cualquier lugar del país, con atención personalizada y segura. De esta forma, transformamos la experiencia de compra en algo más accesible y confiable.

## Problema o necesidad:

En el mercado actual existe una necesidad insatisfecha de acceso confiable a ropa urbana de calidad con precios accesibles, especialmente en zonas fuera de las grandes ciudades. Además, hay poca oferta que combine productos importados con talento nacional.

## Propuesta de valor

Urban Space ofrece selección estratégica de ropa urbana nacional e importada que responde a las tendencias actuales y a la identidad de los consumidores jóvenes. Nuestra propuesta de valor se basa en:

- Diseño y estilo diferenciador
- Experiencia de compra digital segura y cercana.
- Empaques sostenibles que apoyan el consumo responsable.
- Comunicación auténtica en redes, que conecta con la cultura urbana.

Nuestra ventaja competitiva radica en la combinación de productos seleccionados con estrategia, el enfoque en sostenibilidad, y una atención personalizada que fideliza al cliente.

## Producto Mínimo Viable (PMV) – Etapa de crecimiento temprana

Urban Space inició en una etapa de crecimiento temprana con un Producto Mínimo Viable que consistía en una tienda virtual a través de redes sociales (principalmente Instagram y WhatsApp), donde se ofrecía una selección limitada de ropa urbana importada y nacional, cuidadosamente elegida para conectar con un nicho joven y moderno. Este PMV permitió validar el interés del público, ajustar precios, probar empaques sostenibles y optimizar la logística de entregas. Las primeras ventas y la retroalimentación directa de los clientes ayudaron a definir estilos más demandados y mejorar la experiencia de compra. A partir de esta validación, se comenzó a ampliar el catálogo, fortalecer la identidad de marca y desarrollar estrategias digitales de fidelización y crecimiento.

**Mercado objetivo:** Urban Space está dirigido a jóvenes de 14 años en adelante, con gusto por la moda urbana.

**Estrategias de mercadeo y comercialización:** Utilizamos una estrategia 100% digital basada en:

- Contenido atractivo en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) con fotos reales, reels y publicaciones que conectan con la cultura urbana.
- Promociones, sorteos y colaboraciones con microinfluencers para aumentar el alcance.
- Atención personalizada por WhatsApp, que genera cercanía y confianza.
- Envíos rápidos y seguros con empaques reciclables que refuerzan el valor de marca

**Canales y aliados principales:** Instagram y WhatsApp como canales de venta directa.

**Transportadora local:** Interrapidísimo

**Proceso de compra:**

El cliente ve el producto en redes sociales.

Escribe por mensaje WhatsApp o Instagram.

Se confirma el pedido, se realiza el pago por Nequi, Daviplata, transferencia o contraentrega (según el caso).

Se coordina el envío.

**Tiempo de respuesta:** entre 5 minutos y 1 hora en horario laboral.

**Tiempo de entrega:** De 1 a 3 días hábiles en ciudades principales y en el mismo día en Villavicencio Meta.





UNIVERSIDAD  
SANTO TOMÁS

**GRACIAS**