



Plan de Negocio para la creación de la empresa Creaciones Ema, dedicada a la confección ecológica de ropa infantil en la ciudad de Cúcuta

Marlyn Yucely Duran Oliveros

Erika Yasmin Contreras Villamizar

Angelica Taily Delgado León

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Contaduría Pública

Noviembre de 2025

Plan de Negocio para la creación de la empresa Creaciones Ema, dedicada a la confección ecológica de ropa infantil en la ciudad de Cúcuta

Marlyn Yucely Duran Oliveros ID:842153

Erika Yasmin Contreras Villamizar ID:819187

Angelica Taily Delgado León ID:817883

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Contador Publico

Director

Elkin de Jesús Sierra Arango

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Contaduría Pública

Noviembre de 2025

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo a Dios, por guiarnos en cada paso y brindarnos la fortaleza para alcanzar nuestras metas. A nuestras familias, por su amor, paciencia y apoyo incondicional durante todo este proceso, y a todas las mujeres madres cabeza de familia emprendedoras que fueron inspiración y motivación para crear este plan de negocio, por su esfuerzo y determinación trabajando día a día para sacar adelante a sus familias.

## **Agradecimientos**

Queremos expresarles nuestro más profundo agradecimiento a las personas más importantes de nuestras vidas, quienes han sido la fuente de inspiración y motivación a lo largo de este viaje académico.

A nuestros padres por todo su amor, paciencia y comprensión, su presencia constante y sus palabras de aliento en los momentos más desafiantes, que nos guiaron a través de esta travesía.

En especial a nuestro grupo de trabajo que conformo este plan de negocio por su dedicación, compromiso y entrega, aportando su conocimiento y habilidades, que hicieron posible dar vida a una idea de negocio que a pesar de las adversidades se logró seguir a delante con el deseo de aportar positivamente a nuestra comunidad a través de la moda infantil sostenible.

## Contenido

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14
CAPÍTULO I. Generalidades.....	15
1 Identificación del modelo de negocio.....	15
1.1 Situación encontrada.....	15
1.2 Objetivos.....	16
1.2.1 Objetivo general.....	16
1.2.2 Objetivos específicos.....	17
1.3 Justificación.....	17
1.4 Marco Referencial.....	19
1.4.1 Marco teórico.....	19
1.4.2 Marco conceptual (Cuando sea pertinente).....	20
1.4.3 Marco legal (Cuando sea pertinente).....	22
1.5 Concepto de negocio.....	23
1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas.....	23
1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.....	27
1.5.3 Población.....	28
1.5.4 Muestra.....	28
1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	28
1.6 Alcances y limitaciones.....	28
CAPÍTULO II Modulo de Mercado.....	30
2 Módulo de mercado.....	30
2.1 <i>Investigación de mercado</i> .....	30
2.1.1 Análisis del mercado.....	30
2.1.2 Identificación del cliente.....	34
2.1.3 Buyer person (Basándose en la segmentación).....	35
2.1.4 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor.....	36
2.2 Análisis de competencia.....	36

2.3	Marketing Mix .....	38
2.4	Tendencias del mercado.....	42
CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación .....		45
3	Modulo Técnico u operación .....	45
3.1	Descripción del Proceso.....	45
3.1.1	Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador) .....	46
3.1.2	Ficha Técnica del Producto o Servicio .....	48
3.1.3	Diagrama de flujo de producción o del servicio .....	49
3.1.4	Recursos necesarios para operación óptima.....	50
3.2	Diseño de planta (Cuando sea pertinente).....	51
3.3	Propuesta de Valor.....	52
3.4	Validación de la idea.....	52
3.5	Prueba piloto .....	53
3.5.1	Testeo y Feedback.....	54
CAPÍTULO IV Modulo Organizacional.....		54
4	Estructura Organizacional.....	54
4.1	<i>Misión y Visión</i> .....	54
4.2	<i>Valores corporativos</i> .....	55
4.3	<i>Objetivos estratégicos</i> .....	55
4.4	Organigrama y Perfiles .....	56
4.4.1	Estructura orgánica .....	56
4.4.2	Perfiles .....	56
4.5	Constitución Empresa y Aspectos Legales .....	60
4.5.1	Forma legal de la empresa .....	60
4.5.2	Registro y constitución.....	60
4.5.3	Capital social.....	60
4.5.4	Requisitos legales y regulatorios.....	61
4.5.5	Impuestos y obligaciones fiscales .....	62
4.5.6	Protección de propiedad intelectual .....	62
4.5.7	Cumplimiento normativo y ético .....	63
4.5.8	Asesoramiento legal.....	63
4.6	<i>Gastos de Puesta en Marcha</i> .....	64

4.7	<i>Condiciones comerciales (Cuando sea pertinente)</i> .....	65
CAPÍTULO V Modulo Financiero .....		66
5	Modulo Financiero.....	66
5.1	<i>Proyección de ventas</i> .....	66
5.1.1	Tamaño del mercado.....	66
5.1.2	Tabla de proyección de ventas y Justificación.....	66
5.1.3	Participación del mercado.....	67
5.1.4	Política de cartera.....	67
5.2	Inversión y financiación.....	68
5.2.1	Plan de inversión.....	68
5.2.2	Estrategias de financiamiento .....	69
5.2.3	Costos y gastos de operación .....	70
5.2.4	Costo variable unitario.....	71
5.2.5	Costos fijos.....	71
5.3	Proyección de ingresos, costos y gastos.....	72
5.4	Estados financieros .....	73
5.4.1	Balance General (proyectado a 5 años).....	73
5.4.2	Estado de Resultados (proyectado a 5 años).....	74
5.4.3	Flujo de caja (proyectado a 5 años) .....	75
5.5	Evaluación del proyecto.....	75
5.5.1	VAN.....	75
5.5.2	TIR.....	76
5.5.3	Punto de equilibrio.....	76
5.5.4	Razones Financieras.....	76
CAPÍTULO VI Impactos.....		78
6	Impactos.....	78
6.1	<i>Impacto económico</i> .....	78
6.2	<i>Impacto social</i> .....	78
6.3	<i>Impacto ambiental</i> .....	79
6.4	Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros).....	79
CAPÍTULO VII Conclusiones.....		81
7	Conclusiones.....	81

CAPÍTULO VIII Recomendaciones .....	81
8 Recomendaciones .....	81
Referencias.....	83
Anexos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CAPÍTULO V Modulo Financiero .....	85
9 Modulo Financiero.....	85
9.1 Proyección de ventas.....	85

## Listado de tablas

Tabla 1 Ficha técnica colección viajando por colombia.1(Elaboración Propia) .....	48
<b>Tabla 2 Participación accionaria de los accionistas.2(Elaboración Propia) .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 3 Impuestos y obligaciones fiscales.3(Elaboración Propia) .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 4 Cumplimiento normativo y ético.4(Elaboración Propia) .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 5 Gastos de puesta en marcha.5(Elaboración Propia) .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 6 Condiciones comerciales.6(Elaboración Propia) .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 7 Proyección de ventas.7(Elaboración Propia) .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 8 Participación del mercado.8(Elaboración Propia) .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 9 Plan de inversión.9(Elaboración Propia) .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 10 Plan de financiamiento.10(Elaboración Propia).....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 11 Amortización de crédito.11(Elaboración Propia).....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 12 Costos y gastos de operación.12(Elaboración Propia) .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 13 Costos variable unitario.13(Elaboración Propia).....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 14 Costos fijos.14(Elaboración Propia) .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 15 Proyección de ingresos, costos y gastos.15(Elaboración Propia) .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 16 V.A.N.16(Elaboración Propia) .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 17 TIR 17(Elaboración Propia).....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 18 Punto de equilibrio.18(Elaboración Propia) .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 19 Liquidez.19(Elaboración Propia).....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 20 Rentabilidad.20(Elaboración Propia) .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 21 Tipos de riesgo.21(Elaboración Propia).....</b>	<b>80</b>

<b>Tabla 22 Proyección de ventas.22(Elaboración Propia)</b> .....	<b>85</b>
---	-----------

## Lista de figuras

Figura 1 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.1 (elaboración propia) .....	27
Figura 2 Encuesta Edad de los padres.2 (Elaboración Propia).....	31
Figura 3 Encuesta rango de edad de los niños.3(Elaboración Propia) .....	31
<b>Figura 4 Encuesta Hábitos de compra.4(Elaboración Propia) .....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 5 Encuesta factor considera más importante al comprar.5(Elaboración Propia) .....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 6 Encuesta Importancia que sean prendas ecológicas.6(Elaboración Propia) .....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 7 Encuesta Lugar donde suelen comprar ropa.7(Elaboración Propia) .....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 8 Encuesta Preferencia de confección local y diseño exclusivo.8(Elaboración Propia) ...</b>	<b>34</b>
<b>Figura 9 Diagrama de flujo de producción.9(Elaboración Propia) .....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 10 Organigrama. (Elaboración Propia) .....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 11 Perfil administrativo y financiero.10(Elaboración Propia).....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 12 Perfil ventas.11(Elaboración Propia) .....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 13 Perfil ventas- redes sociales.12(Elaboración Propia) .....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 14 Perfil Coordinador de producción.13(Elaboración Propia) .....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 15 Perfil Operario de producción.14(Elaboración Propia).....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 16 Perfil Analista contable y financiero.15(Elaboración Propia) .....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 17 Perfil Asistente administrativo y contable.16(Elaboración Propia).....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 18 Estado de situación Financiera.17(Elaboración Propia) .....</b>	<b>73</b>
<b>Figura 19 Estado de resultado.18 (Elaboración Propia).....</b>	<b>74</b>
<b>Figura 20 Flujo de efectivo .19 (Elaboración Propia) .....</b>	<b>75</b>

## Resumen

El presente proyecto plantea el desarrollo del plan de negocios de Creaciones Ema, el cual consiste en una fábrica textil ecológica dedicada a la confección de ropa de línea infantil en las edades de 2 a 10 años, elaborada mediante telas eco amigables como algodón orgánico y poliéster reciclado. Su objetivo es evaluar la factibilidad técnica, comercial, financiera y administrativa del plan empresarial, garantizando procesos efectivos y conscientes con el medio ambiente. El sondeo de mercado tiene un enfoque descriptivo donde se incluye estudio del mercado, requerimientos técnicos, análisis legal, ambiental y financiero, con el propósito de revisar la rentabilidad y sostenibilidad del plan de negocios incentivando a través de sus creaciones el aprendizaje y posicionamiento de una tendencia de moda infantil eco amigable en la ciudad de Cúcuta.

*Palabras clave: línea infantil, fábrica textil, sostenibilidad, factibilidad, eco amigable, rentabilidad*

## **Abstract**

*This project proposes the development of a business plan for Creaciones Ema, an eco-friendly textile factory dedicated to manufacturing children's clothing for ages 2 to 10, made from eco-friendly fabrics such as organic cotton and recycled polyester. Its objective is to evaluate the technical, commercial, financial, and administrative feasibility of the business plan, ensuring effective and environmentally conscious processes. The market survey has a descriptive approach that includes market research, technical requirements, and legal, environmental, and financial analysis, with the purpose of reviewing the profitability and sustainability of the business plan, encouraging through its creations the learning and positioning of an eco-friendly children's fashion trend in the city of Cúcuta.*

*Keywords: children's line, textile factory, sustainability, feasibility, eco-friendly, profitability*

## Introducción

En una industria que crece constantemente como lo es la industria textil para niños y el gran impacto ambiental que genera la confección de estas prendas ya que las aguas son afectadas por la contaminación de los tintes y químicos que usan para elaborar las telas ,además que nuestros pequeños se encuentran expuestos a estas sustancias y pueden afectar su salud y desarrollo a largo plazo, por este motivo nace Creaciones Ema una fábrica de confección textil enfocada en línea infantil elaboradas a través de telas ecológicas como algodón orgánico y poliéster reciclado, inspirados en diseños de flora, fauna y paisajes de Colombia.

Este proyecto se basa en una moda amigable con el medio ambiente y la incentivación para las más pequeños a conocer sobre la gran riqueza natural que posee nuestro territorio nacional desarrollando a temprana edad sentido de pertenencia por nuestro país, además de responsabilidad y compromiso ambiental, mediante un estudio de mercado descriptivo se analizaron las preferencias de los padres al momento de adquirir el vestuario para sus hijos, además de los requerimientos técnicos, legales, viabilidad económica y financiera de la empresa, con el objetivo de posicionar a Creaciones Ema como una solución creativa e innovadora dentro del mercado cucuteño.

De esta manera, el plan de negocio creado procura generar conciencia ambiental a través de cada diseño confeccionado, demostrando que es posible unir la creatividad, la sostenibilidad y la educación en un modelo de negocio rentable y comprometido con el desarrollo económico de la ciudad de Cúcuta.

## **CAPÍTULO I. Generalidades**

### **1 Identificación del modelo de negocio**

#### **1.1 Situación encontrada**

El mercado textil infantil colombiano enfrenta varios desafíos que han afectado a los emprendedores como a los consumidores, debido al exceso de importación de productos de bajo costo, que, aunque sean accesibles, no garantizan una buena calidad y responsabilidad ambiental. Paralelo a esto se encuentran las marcas nacionales que no logran diferenciarse y de conectar de una manera directa con los padres que buscan para sus hijos prendas con diseños únicos, con telas cómodas y seguras.

Dentro del mercado se ha detectado una carencia en diseños con identidad cultural y natural que representa nuestro país, ya que la mayoría de las prendas ofrecidas son de diseños de tendencias globales, dejando atrás diseños propios de nuestra biodiversidad y tradiciones, lo cual representa una oportunidad dentro del mercado, donde no solo busque vestir a los niños, sino que también puedan aprender y divertirse con diseños exclusivos.

Creaciones Ema es creada como una solución innovadora, la cual crea diseños inspirados en la flora, fauna y paisajes de Colombia, teniendo como objetivo que a través de nuestras colecciones los niños junto con sus familias conozcan, valoren y se enamoren de Colombia, porque cada una de nuestras prendas te transportan a una historia resalta la belleza de nuestro país.

Esta apuesta no solo aporta al diseño diferenciado, sino que también promueve la educación ambiental y cultural desde la infancia. Al mismo tiempo, Creaciones EMA busca implementar prácticas sostenibles en sus procesos productivos, utilizando materiales ecológicos y fomentando el empleo de madres cabeza de familia, resaltando la elaboración de sus prendas por manos colombianas.

La situación encontrada se relaciona directamente con el objeto de estudio del plan de negocios, que es evaluar la viabilidad de Creaciones EMA como emprendimiento sostenible, educativo y cultural en el sector textil infantil. También involucra a los sujetos de estudio: emprendedores, consumidores conscientes, proveedores locales y comunidades que pueden ser parte del proceso creativo y productivo.

## **1.2 Objetivos**

### ***1.2.1 Objetivo general***

Creaciones Ema tiene el objetivo de realizar un plan de negocio dedicado a la confección ecológica de ropa infantil en la ciudad de Cúcuta, en el que se identificarán las preferencias, hábitos y criterios de compra, analizando la competencia para así obtener un posicionamiento a corto plazo dentro del mercado textil.

### **1.2.2 *Objetivos específicos***

Realizar un plan de negocio en el cual se encontrarán las preferencias, hábitos y criterios de compra, para poder tener un posicionamiento en un corto plazo estudiando la competencia para obtener una oportunidad dentro del mercado de confección en la línea infantil.

Establecer los requerimientos técnicos de la producción y distribución para crear el plan de negocios de Creaciones Ema, para garantizar la eficiencia, calidad y sostenibilidad en los procesos de confección.

implementar los lineamientos legales y ambientales para el funcionamiento formal y sostenible mediante prácticas responsables.

Presentar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios mediante la proyección de ingresos, costos, gasto e inversión inicial con el fin determinar la rentabilidad y la sostenibilidad del emprendimiento.

### **1.3 *Justificación***

Motivada por la necesidad de impulsar la cultura, el aprecio por el medio ambiente y la consolidación de los lazos familiares a través del vestir infantil surge Creaciones EMA. Este plan se basa en la elaboración de prendas de vestir para niños con materiales amigables con el planeta, que toman como inspiración la naturaleza, la fauna y los paisajes de Colombia, buscando que tanto los pequeños de la casa como sus padres identifiquen, aprecien y descubran nuestras costumbres.

Desde una perspectiva cultural, Creaciones EMA sirve como canal para divulgar el legado natural y simbólico de nuestro país. Cada prenda

cuenta una anécdota, retrata un hábitat o representa una especie icónica, convirtiéndose en una herramienta pedagógica que conecta a las nuevas generaciones con la riqueza de su entorno.

En lo que concierne a la instrucción y el aprendizaje, esta iniciativa promueve el conocimiento a través de la vivencia y el intercambio entre generaciones. La ropa no solo cumple una función estética y funcional, sino que también aviva la curiosidad de los niños, impulsando interrogantes, conversaciones y lecciones sobre Colombia, su diversidad biológica y sus tradiciones.

Desde un punto de vista práctico y ecológico, la utilización de materiales amigables con el medio ambiente atiende a la apremiante necesidad de adoptar prácticas sustentables en la industria textil. Esta medida contribuye a reducir el impacto ambiental, fomentando un consumo responsable y posiciona a Creaciones EMA como una empresa comprometida con la salud del planeta y las futuras generaciones.

En cuanto al impacto social, Creaciones EMA aspira a ser un espacio de trabajo digno y duradero para madres cabeza de familia, quienes afrontan diversas barreras para acceder a un empleo formal. Al incorporarlas en los procesos de creación, diseño y venta de ropa para niños, el proyecto no solo mejora su situación económica, sino que también fortalece su autoestima, independencia y sentido de pertenencia. Este enfoque solidario transforma la iniciativa en un motor de cambio social, donde el talento femenino fomenta el desarrollo de la comunidad.

Si no se aborda este tema, se corre el riesgo de seguir replicando hábitos de consumo que subestiman el valor educativo, ecológico y social de la moda. Se desperdiciaría una valiosa oportunidad de cultivar la conciencia desde la infancia sobre la importancia de proteger el medio ambiente y conocer nuestras raíces. Además, se desaprovecharía un modelo de negocio con el potencial de generar un impacto integral en las comunidades locales.

## **1.4 Marco Referencial**

### ***1.4.1 Marco teórico***

El proyecto Creaciones Ema se apoya en diferentes ideas relacionadas con el emprendimiento social, la formación cultural, la sostenibilidad ecológica y el desarrollo de las comunidades. Desde el punto de vista del emprendimiento social, se considera que los negocios no solo deben generar ingresos, sino también contribuir a resolver problemáticas que afectan a la sociedad, como la falta de empleo para madres cabeza de hogar. De acuerdo con lo planteado por *Yunus (2007)*, el emprendimiento social busca mejorar la vida de las personas a través de modelos de negocio que sean sostenibles, integradores y con un propósito humano.

En cuanto a la formación cultural, el proyecto retoma ideas de la pedagogía crítica de *Freire (1970)*, la cual promueve un aprendizaje significativo que tiene en cuenta la identidad y el entorno del individuo. En este sentido, las prendas infantiles creadas por Creaciones Ema no se limitan a un uso estético, sino que también funcionan como herramientas educativas que permiten a los niños conocer y valorar la biodiversidad de Colombia, fortaleciendo su sentido de pertenencia e identidad desde temprana edad.

Desde la perspectiva ambiental y ecológica, el uso de tejidos y materiales sostenibles se relaciona directamente con los principios de la economía circular y del consumo responsable. La moda sostenible busca reducir el impacto ambiental que genera la industria textil, fomentando el uso de materiales biodegradables, procesos de producción más limpios y una conciencia ecológica en los consumidores. Como señala *Fletcher (2013)*, este tipo de prácticas no solo favorecen al medio ambiente, sino que también impulsan una relación más ética entre la moda y la naturaleza.

#### ***1.4.2 Marco conceptual (Cuando sea pertinente)***

La base conceptual de Creaciones Ema se construye sobre los pilares que sustentan su plan de negocio, integrando aspectos culturales, medioambientales, formativos y sociales. Todos estos elementos se complementan entre sí y dan sentido a la propuesta, ya que buscan unir la moda infantil con el aprendizaje, la conciencia ecológica y el apoyo a madres cabeza de familia.

Moda sostenible: Según *Fletcher (2013)*, la moda sostenible busca reducir los impactos ambientales de la industria textil mediante el uso responsable de recursos y materiales ecológicos. En el caso de Creaciones Ema, este principio se refleja en la elección de telas biodegradables y en procesos de confección más limpios, procurando que cada prenda no solo sea bonita, sino también respetuosa con el entorno. Desde mi experiencia en este proyecto, he aprendido que muchas familias valoran cada vez más el consumo responsable y se interesan por productos que no contaminen.

Cultura de identidad: *Hall (1997)* plantea que la identidad cultural se construye a partir de las tradiciones, los símbolos y los valores compartidos por una comunidad. En Creaciones Ema, la inspiración proviene de la flora, fauna y paisajes de Colombia, especialmente del entorno natural de nuestra región. Cada diseño busca que los niños se sientan conectados con su país, aprendan a valorar su riqueza natural y se sientan orgullosos de lo que representan nuestras raíces.

Formación ambiental: La *UNESCO (2022)* define la educación ambiental como un proceso que fomenta valores y comportamientos responsables hacia la naturaleza. Desde esta visión, las prendas de Creaciones Ema cumplen también como una función educativa: enseñar a los niños, de forma sencilla y colorida, la importancia de cuidar la biodiversidad. Con este contenido que hemos diseñado y creado con el objetivo de que estas iniciativas ayuden a fortalecer la conciencia ecológica desde edades tempranas.

Emprendimiento con huella social: *Yunus (2007)* explica que el emprendimiento social combina la rentabilidad económica con el compromiso de generar un impacto positivo en la comunidad. Esta idea está en el corazón de Creaciones Ema, ya que el proyecto busca ofrecer empleo digno a madres cabeza de hogar, brindándoles estabilidad y la oportunidad de desarrollar sus habilidades en el área textil. Considero que apoyar a estas mujeres no solo transforma sus vidas, sino que fortalece el tejido social de nuestras comunidades.

Madres cabeza de familia: Según la *CEPAL (2021)*, las madres cabeza de hogar son un grupo especialmente vulnerable, con mayores desafíos para acceder a trabajos formales. En mi experiencia personal, he visto que muchas de ellas tienen un talento enorme para la costura, pero pocas oportunidades para demostrarlo. Por eso, Creaciones Ema las integra activamente en la

producción y la gestión del proyecto, reconociendo su esfuerzo y dándoles un espacio donde puedan crecer personal y profesionalmente.

En conjunto, estos conceptos dan forma a una propuesta que une creatividad, conciencia ambiental, impacto social y cultura local. Creaciones Ema no es solo un negocio, sino un espacio donde la moda se convierte en un medio de enseñanza y transformación, reflejando el compromiso con el desarrollo sostenible y la equidad social.

### ***1.4.3 Marco legal (Cuando sea pertinente)***

El proyecto Creaciones Ema se desarrolla conforme a la legislación colombiana vigente, especialmente en lo relacionado con el apoyo al emprendimiento, la protección laboral y la sostenibilidad ambiental.

Se inicia tomando como referencia la Ley 1014 de 2006, la cual promueve el espíritu emprendedor en Colombia. Esta norma busca incentivar la creación de ideas de negocio innovadoras y sostenibles, fortaleciendo el desarrollo económico y social del país.

Por otro lado, en el aspecto laboral, el proyecto se apoya en la Ley 82 de 1993, que otorga un reconocimiento especial a las madres cabeza de hogar. Esta ley busca proteger sus derechos y brindarles mejores oportunidades de participación en el ámbito laboral, favoreciendo su economía y bienestar de sus familias.

Desde la perspectiva ambiental, Creaciones Ema se basa con la Ley 99 de 1993, la cual creó el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y promueve un desarrollo económico responsable con el entorno. En coherencia con esta norma, el proyecto incorpora el uso de materiales ecológicos y prácticas sostenibles en sus procesos productivos, contribuyendo al cuidado del planeta y a la conciencia ambiental.

## **1.5 Concepto de negocio**

### ***1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas***

#### **1.5.1.1 Segmento de clientes**

Nuestros productos van dirigidos a un segmento de clientes conformado por padres entre las edades de 25 a 45 años conscientes del impacto ambiental de sus decisiones de consumo y comprometidos con la educación integral de sus hijos. Este grupo valora productos que, además de cumplir una función estética y práctica, promuevan aprendizajes significativos sobre la cultura y biodiversidad colombiana, así como consumidores responsables que buscan apoyar emprendimientos locales con propósito social. Finalmente, el proyecto contempla a madres cabeza de hogar no solo como colaboradoras clave en la cadena productiva, sino también como potenciales clientas que se identifican con los valores de inclusión, sostenibilidad y pertenencia que promueve la marca.

### **1.5.1.2 Propuesta de valor**

Ofrece diseños de ropa infantil únicos que combinan ingenio, conciencia ecológica y educación sobre la cultura. Cada prenda cuenta un relato inspirado en la riqueza natural colombiana, promoviendo el conocimiento desde temprana edad y respaldando el empleo justo.

#### ***1.5.1.2.1 Valor agregado de la idea de negocios.***

Uso de telas ecológicas que reducen el impacto ambiental.

Diseño educativo que promueve el conocimiento de la flora y fauna colombianas.

Inclusión laboral de madres cabeza de hogar.

Conexión emocional entre padres e hijos a través de prendas con significado.

#### ***1.5.1.2.2 Descripción general de atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto (bien o servicio).***

Físicos: Prendas cómodas, resistentes, elaboradas con telas biodegradables y estampados inspirados en la naturaleza colombiana.

Funcionales: Ropa infantil adecuada para el uso diario, fácil de lavar, con diseños que estimulan el aprendizaje.

Psicológicos: Generan orgullo cultural, conciencia ambiental y fortalecen el vínculo afectivo entre padres e hijos.

### ***1.5.1.3 Canales de comunicación, distribución y venta***

Tienda online en la página web.

Participación en ferias de emprendimiento locales y mercados de productos ecológicos.

Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) para dar a conocer los productos y conectar con el público

### ***1.5.1.4 Relacionamiento con el cliente***

Una comunicación amigable y adaptada a cada persona.

Contenido formativo en redes y en las etiquetas de la ropa.

Programas de recompensas por lealtad y participación en iniciativas culturales.

Servicio de atención postventa y escucha continua de sugerencias.

### ***1.5.1.5 Recursos claves requeridos***

Tejidos ecológicos y proveedores comprometidos con la sostenibilidad.

Un equipo creativo para el diseño y la confección.

Un espacio básico para la producción.

Un capital inicial para comenzar a operar.

Una plataforma digital para vender y dar a conocer los productos.

### ***1.5.1.6 Actividades claves requeridas***

Creación de colecciones temáticas basadas en la riqueza natural colombiana.

Formación y contratación de madres cabeza de familia.

Elaboración de las prendas con un estricto control de calidad.

Estrategias de publicidad online y consolidación de la imagen de marca.

***1.5.1.7 Socios claves requeridos para generar redes con otros de iguales condiciones o alianzas con otros para fortalecer el negocio***

Proveedores de tejidos que respetan el medio ambiente.

Organizaciones que brindan apoyo a madres cabeza de familia.

Entidades gubernamentales y ONG que impulsan el emprendimiento social.

***1.5.1.8 Identificación de ingresos claves de la idea de negocios***

Venta directa de ropa para niños.

Venta de packs educativos para escuelas infantiles y colegios.

Presencia en ferias y eventos con productos especiales.

Posibles donaciones o ayudas de organizaciones sociales.

***1.5.1.9 Identificación de costos claves de la idea de negocios***

Adquisición de materiales e hilos ecológicos.

Pago de la mano de obra (confección, diseño, logística).

Inversión en marketing y gestión digital.

Gastos de transporte y distribución.

Formación y desarrollo de las capacidades del equipo

## 1.5.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios

Figura 1 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.1 (elaboración propia)



### **1.5.3 Población**

La población objeto de estudio está conformada por padres de familia residentes en la ciudad de Cúcuta, con hijos en las edades entre los 2 a 10 años, que adquieren ropa regularmente prendas de vestir para sus hijos para uso casual. Esta población representa los consumidores potenciales del taller de confección de Creaciones Ema.

### **1.5.4 Muestra**

Debido a que la población es amplia y heterogénea, se aplicó una muestra por conveniencia de 31 personas, de padres de familia de diferentes barrios y estratos de la ciudad de Cúcuta.

### **1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

Se utilizó la técnica de encuesta estructurada como principal herramienta de recolección de información; esta técnica permitió recopilar datos cuantitativos sobre los hábitos de compras, frecuencia, factores determinantes, preferencias de diseño y la disposición de adquirir ropa infantil ecológica.

## **1.6 Alcances y limitaciones**

El estudio tiene un alcance descriptivo y exploratorio, ya que busca caracterizar las preferencias del mercado local y evaluar la aceptación de un producto ecológico innovador.

Los resultados se utilizaron para estructurar el análisis de mercado y orientar las decisiones técnicas, financieras y comerciales del proyecto Creaciones Ema.

Entre las principales limitaciones del estudio se identificaron las siguientes:

El tamaño de la muestra no permite generalizar resultados a toda la población cucuteña.

La aplicación virtual del instrumento de la encuesta, que restringe la participación de personas sin acceso a internet.

La disponibilidad de tiempo de los encuestados para responder a la encuesta.

A pesar de haber tenido estas limitaciones, la información obtenida resultó suficiente, confiable y coherente con los objetivos del proyecto, permitiendo fundamentar la estrategia de diseño, producción y distribución del plan de negocio.

## **CAPÍTULO II Modulo de Mercado**

### **2 Módulo de mercado**

#### **2.1 *Investigación de mercado***

La investigación de mercado tiene como propósito analizar la situación actual en el sector textil infantil y la aceptación del consumidor frente a la propuesta de Creaciones Ema, un taller de confección ecológica que produce ropa infantil casual elaborada con telas sostenibles.

Este análisis combina información obtenida mediante una encuesta aplicada a 31 padres y madres de familia de la ciudad de Cúcuta.

##### **2.1.1 *Análisis del mercado***

El mercado de ropa infantil en Colombia ha mostrado un crecimiento constante, impulsado por factores como el aumento de la población infantil, el interés de los padres por prendas cómodas y la tendencia hacia la moda sostenible.

En Cúcuta, el sector textil está dominado por microempresas familiares que elaboran ropa tradicional, sin una orientación clara hacia la sostenibilidad o la diferenciación ecológica. Esto representa una oportunidad de posicionamiento para Creaciones Ema, al ofrecer un producto innovador con enfoque educativo y ambiental.

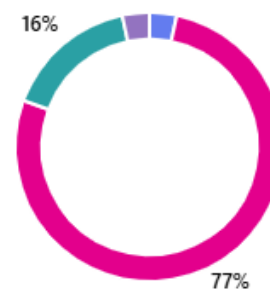
Los resultados de la encuesta muestran que:

El 77% de los padres encuestados tiene entre 25 y 35 años.

## Figura 2 Encuesta Edad de los padres.2 (Elaboración Propia)

¿Cuál es su edad ?

● Menos de 25 años	1
● 25 a 35 años	24
● 36 a 45 años	5
● Más de 45 años	1



**NOTA:** El 77% de los padres encuestados tiene entre 25 y 35 años.

## Figura 3 Encuesta rango de edad de los niños.3(Elaboración Propia)

¿Tiene hijos en el rango de edad de 2 a 10 años?

● Sí	28
● No	3



**NOTA:** El 90% tiene hijos entre la edad de 2 y 10 años.

**Figura 4 Encuesta Hábitos de compra.4(Elaboración Propia)**

¿Con qué frecuencia compra ropa para sus hijos?



**NOTA:** El 32% compra ropa cada dos o tres meses y el 45% cuando es necesario.

**Figura 5 Encuesta factor considera más importante al comprar.5(Elaboración Propia)**

¿Qué factor considera más importante al momento de comprar ropa infantil? (selección múltiple)



**NOTA:** El 26% prioriza la calidad y el 32% comodidad y precio.

**Figura 6 Encuesta Importancia que sean prendas ecológicas.6(Elaboración Propia)**

¿Qué tan importante es para usted que la ropa sea ecológica o hecha con materiales sostenibles?



**NOTA:** El 48% considera importante y el 42% algo importante que las prendas sean ecológicas y seguras para los niños, lo que indica que ya hay un interés por las prendas de vestir eco amigables.

**Figura 7 Encuesta Lugar donde suelen comprar ropa.7(Elaboración Propia)**

¿Dónde suele comprar ropa para sus hijos? (opción múltiple )

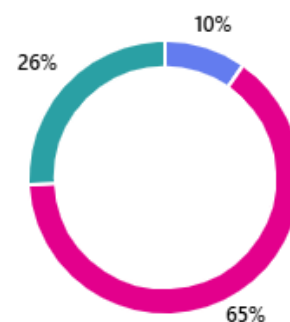


**NOTA:** El 41% compra en tiendas de centro comercial, 19% en almacenes en locales cercanos a sus casas y el 17% por compra en línea o catálogos o ventas en redes sociales.

## Figura 8 Encuesta Preferencia de confección local y diseño exclusivo.8(Elaboración Propia)

¿Prefiere ropa infantil hecha a mano y con diseños exclusivos?

● Sí, me interesa la exclusividad	3
● Sí, pero depende del precio	20
● No, prefiero marcas comerciales	8



**NOTA:** El 65% compraría ropa confeccionada localmente si el precio es competitivo.

Estos resultados confirman la existencia de un nicho de mercado potencial interesado en productos ecológicos, personalizados y de fabricación local, donde también nos retroalimenta nuestra estrategia para distribución de nuestras prendas de vestir.

### 2.1.2 Identificación del cliente

El cliente potencial de Creaciones Ema está compuesto por familias jóvenes, modernas y responsables con el medio ambiente, que buscan prendas de vestir seguras, cómodas y con propósito educativo para sus hijos.

Características del cliente:

Edad: 25 a 45 años.

Ubicación: Zona urbana de Cúcuta (comunas 4, 5, 6 y 7).

Nivel socioeconómico: Estratos 2, 3 y 4.

Ocupación: Empleados, comerciantes y trabajadores independientes.

Motivaciones: Cuidar el bienestar de sus hijos, apoyar la producción local y fomentar el aprendizaje ambiental.

El cliente valora el diseño, el mensaje ecológico y la identidad colombiana en las prendas que adquiere.

### ***2.1.3 Buyer person (Basándose en la segmentación)***

Nombre: Laura Rodríguez

Edad: 32 años

Ocupación: Empleado del sector público

Estado civil: Casada, con dos hijos (de 4 y 7 años)

Estilo de vida: Familiar, práctica y consciente del medio ambiente.

Intereses: Productos ecológicos, contenido educativo para sus hijos, redes sociales, manualidades.

Motivaciones de compra:

Prendas que no causen alergias y sean cómodas.

Ropa con diseños coloridos, naturales y mensajes positivos.

Preferencia por emprendimientos locales y sostenibles.

Laura busca ropa funcional, segura y con propósito, lo que representa perfectamente al cliente ideal de Creaciones Ema.

#### **2.1.4 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor**

Creaciones Ema busca satisfacer las siguientes necesidades detectadas en el mercado:

Funcional: Proporcionar ropa infantil cómoda, duradera y ecológica.

Emocional: Generar conexión cultural con los paisajes y fauna de Colombia.

Educativa: Promover el aprendizaje a través de códigos QR que enseñan sobre biodiversidad.

Social: Ofrecer prendas que representen responsabilidad y orgullo por el consumo local.

#### **2.2 Análisis de competencia**

Competencia directa:

La empresa Cristal sas más conocida en el mercado como Baby fresh, es una marca conocida a nivel nacional que actualmente cuenta con presencia en la ciudad de Cúcuta, la cual produce de manera industrial las prendas que distribuye a través de sus tiendas físicas y virtuales, sus prendas son confeccionadas con telas orgánicas como el algodón orgánico, algodón reciclado, lyocell, viscosa eco vero, fibras recicladas y lino, lo cual representa una competencia directa por su manejo de telas eco amigables además a que sus prendas van dirigidos a niños de 2 a 6 años que representan gran parte de nuestro segmento de mercado, su principal fortaleza es que son una marca reconocida con una optima capacidad de distribución, variedad de productos y respaldo comercial, pero las desventajas que representa frente a nuestro segmento de mercado

es que no confeccionan prendas con temática educativa sino más de diseños genéricos de producción masiva que pueden dar la percepción de reducir la exclusividad del diseño.

Otra de nuestras competencias directas en la ciudad de Cúcuta es un emprendimiento de tienda virtual llamado Bubelykids , debido a que confecciona prendas con algodón orgánico y su segmento de mercado son de niños de 0 a 2 años cuenta como competencia directa en el segmento de mercado de niños de 2 años y con la posibilidad que puedan extender su línea a niños de otras edades, una de sus fortaleza es tener presencia en redes sociales y su distribución a nivel nacional, actualmente no cuentan con diseños que incentiven a prendas educativas y con códigos QR que apoyen el aprendizaje, además sus prendas son diseños más genéricos no contando con diseños inspirados en la belleza natural de nuestro país.

La diferencia que puede marcar Creaciones Ema ante su principal competencia es que incentiva a través de sus prendas al aprendizaje de los pequeños de la casa de una manera didáctica y fortaleciendo el sentido de pertenencia por nuestro país, además de confeccionarlas con telas eco amigables tomando como una gran oportunidad de escalar y posicionarse dentro del mercado de confección de línea infantil.

#### Competencia Indirecta:

La competencia indirecta que posee creaciones Ema está conformada por tiendas virtuales y físicas que a pesar de no elaborar ropa infantil también compiten dentro del mismo segmento donde buscan que los padres adquieran prendas de vestir para sus hijos, estas marcas locales ofrecen alternativas económicas , importadas o de producción masiva que pueden captar

la atención del consumidor a través del precio, aunque no aporten valor ambiental o cultural, algunos de ellos son Temu, Shein, Pepe ganga o locales de la Alejandría y el Hoiti.

Por tanto, aunque ellos satisfacen la primera necesidad del vestir, no satisfacen las dimensiones emocionales, educativas y ambientales del producto que ofrece Creaciones Ema.

Productos sustitutos:

En cuestión de los productos que puede sustituir las prendas eco amigables confeccionadas por creaciones Ema, son aquellas que aunque no cumplen con el compromiso ecológico, educativo y cultural cumplen con la función de vestir, estos productos suelen estar confeccionados con materiales sintéticos y poco amigables con la naturaleza como el poliéster, nylon o mezclas textiles no sostenibles, pueden ser de producción nacional o de importación masiva desde plataformas internacionales, entre los principales productos se identifican los siguientes: camisetas, overoles, shorts, vestidos y conjuntos infantiles , además de gorros y accesorios decorativos que contribuyen a la función básica de vestir pero que no satisfacen la propuesta de valor que ofrece Creaciones Ema.

### **2.3 Marketing Mix**

Se fundamentará en la aplicación integral de producto, precio, plaza y promoción, orientando a posicionar como un emprendimiento de confección ecológica, educativa y cultural en la ciudad de Cúcuta, cada decisión tomada busca el equilibrio entre la sostenibilidad ambiental, rentabilidad económica y satisfacción del cliente.

**Producto:** ofrece una línea de ropa infantil ecológica, educativa y cultural confeccionada con telas de algodón orgánico y poliéster reciclado, reduciendo el impacto ambiental, pero al mismo tiempo garantizando suavidad, resistencia y seguridad para la piel de los niños.

Cada prenda está inspirada en la flora, fauna y paisajes de Colombia, resaltando la belleza natural de nuestro país promoviendo valores de respeto ambiental y amor por nuestro país desde la infancia; un elemento distintivo del producto es la etiqueta con código QR, incluida en todas las prendas, la cual enlaza un contenido digital sobre la especie o paisaje representado, permitiendo que cada prenda sea una herramienta de aprendizaje.

Las principales líneas de productos y características que son confeccionados por creaciones Ema son las siguientes:

Productos: camisetas, shorts, overoles, conjuntos y vestidos

Características distintivas: telas ecológicas, estampados temática de la riqueza natural, confección local, empaques biodegradables o reutilizables, valor cultural y educativo incorporado.

Estas prendas educan, visten y conectan al niño con la naturaleza, fomentando conciencia ambiental desde temprana edad.

**Precio:** se determina con base en una estructura real de costo sostenible, considerando el uso de telas ecológicas de alto valor y los procesos de confección, estampado temático, etiquetado con código QR, empaque ecológico y distribución. Este enfoque permite establecer precios coherentes con el valor ecológico educativo y cultural de cada prenda, las cuales oscilan entre \$70.000 y \$120.000, dependiendo del diseño, la complejidad del estampado y la personalización educativa transmitida por la prenda; las ediciones especiales o prendas con

mayor nivel de detalle pueden tener precios superiores; si observamos lo precios que manejan nuestra competencia directa en el mercado manejan precios similares, lo que hace que seamos competitivos además de sumar un valor agregado de aprendizaje didáctico para nuestros pequeños donde nos hace distintivos dentro del mercado infantil.

Estrategia de precios:

Estrategia de valor percibido: los precios reflejan el valor ambiental, educativo y social del producto.

Segmento objetivo: familias de nivel socioeconómico medio y medio–alto, interesadas en productos sostenibles y con propósito formativo.

Descuentos: del 10% al 15% por compras al por mayor o convenios con aliados estratégicos.

La estructura de precios cubre los costos de producción sostenible y garantiza rentabilidad sin perder competitividad. El valor se sustenta en la calidad, durabilidad y contenido educativo del producto, más que en el bajo costo.

**Plaza (Distribución):** La estrategia busca integrar canales físicos y digitales para facilitar el acceso de los clientes a las prendas ecológicas, fortaleciendo la identidad local y el alcance regional.

Canales de distribución:

Taller físico en Cúcuta: punto de confección y venta directa al cliente.

Ventas digitales: a través de redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) y catálogo virtual con código QR.

Ferias y eventos locales: participación en ferias de emprendimiento, mercados ecológicos y eventos escolares.

Distribución institucional: alianzas con jardines infantiles, tiendas locales y fundaciones que promuevan el consumo responsable.

Ventajas de la estrategia de distribución:

Contacto directo con el consumidor final.

Flexibilidad para personalizar productos que cumplan con la propuesta de valor que se representa.

Control de calidad y coherencia en la presentación del producto.

Posicionamiento de marca como empresa local ecológica.

Proyección a mediano plazo: Implementar una tienda virtual propia con pasarela de pagos, fichas técnicas de productos y opción de trazabilidad del proceso de confección ecológica.

Promoción: La estrategia de promoción busca posicionar la marca como un referente en moda infantil sostenible y educativa, destacando su compromiso ambiental y su enfoque cultural colombiano.

Estrategias de comunicación y promoción:

Campañas digitales con el lema: *“Vístelos con amor por Colombia y el planeta”*.

Publicaciones educativas en redes sociales sobre especies, paisajes y materiales ecológicos.

Historias visuales que muestran el proceso de confección.

Entrega de tarjetas de agradecimiento con mensaje ambiental y código QR.

Promociones en fechas especiales: Día del Niño, Navidad y temporada escolar.

Participación en ferias ecológicas y de emprendimiento en Norte de Santander.

El objetivo de la promoción es crear una comunidad de familias conscientes que valoren la educación ambiental, el diseño de riqueza natural y el consumo responsable.

## **2.4 Tendencias del mercado**

El mercado de la confección infantil ha experimentado transformaciones significativas durante los últimos años, impulsadas por cambios en los hábitos de consumo, el aumento de la conciencia ambiental y la preferencia por productos personalizados y sostenibles. Estas tendencias han generado oportunidades de crecimiento para emprendimientos como Creaciones Ema, que combinan diseño ecológico, confección por manos de mujeres cabeza de hogar y valor educativo en cada prenda.

Crecimiento del consumo sostenible: los consumidores actuales, especialmente los padres jóvenes, muestran una clara inclinación hacia marcas que promueven la responsabilidad ambiental y social.

Según estudios del sector textil colombiano, más del 60% de los consumidores afirma estar dispuesto a pagar un precio más alto por productos elaborados con materiales ecológicos o que contribuyan al cuidado del planeta; En este contexto, la ropa infantil ecológica representa un segmento emergente y en expansión, con alto potencial de posicionamiento en mercados locales y nacionales.

Preferencia por productos con propósito educativo: en el mercado infantil se ha consolidado una tendencia hacia prendas que no solo cumplen una función estética o práctica, sino que también aportan valores pedagógicos y culturales. Los padres buscan productos que estimulen la curiosidad, la identidad y el aprendizaje en los niños. Creaciones Ema responde a esta tendencia mediante la inclusión de etiquetas con código QR, que enlazan a contenido educativo sobre especies, paisajes o símbolos naturales de Colombia, integrando la moda con el conocimiento.

Personalización y diseño: otra tendencia relevante es la preferencia por productos únicos y personalizados, frente a la producción masiva de la moda rápida; los consumidores valoran las prendas hechas a mano, los diseños exclusivos y las marcas con identidad local. En este sentido, Creaciones Ema se posiciona como una marca artesanal y diferenciada, que no solo transmiten pertenencia a la cultura colombiana, sino que además son confeccionadas con sumo cuidado al detalle y amor por madres cabeza de hogar.

Digitalización y canales de venta online: el crecimiento del comercio electrónico en Colombia ha impulsado a las pequeñas empresas de confección a migrar hacia plataformas digitales. Los consumidores utilizan redes sociales y catálogos en línea para informarse, comparar y adquirir productos de manera práctica. Creaciones Ema adopta esta tendencia mediante el uso de Instagram, Facebook, WhatsApp Business y catálogos virtuales con códigos QR, que permiten llegar a un público más amplio sin perder la conexión personalizada con el cliente.

Conciencia ambiental y economía circular: las tendencias globales de sostenibilidad impulsan la creación de prendas con materiales reciclados, biodegradables o reutilizables, así como la implementación de procesos de reciclaje textil. Los consumidores buscan productos con bajo impacto ambiental y con marcas que transmitan transparencia, ética y compromiso ecológico. Creaciones Ema incorpora estas prácticas al utilizar algodón orgánico, poliéster reciclado, además de empaques biodegradables, alineándose con la filosofía de la moda circular.

Tendencia local: la moda sostenible en Cúcuta, aunque el mercado de confección se concentra tradicionalmente en prendas convencionales, ha surgido un interés creciente por el consumo responsable y los emprendimientos sostenibles, Ferias locales, programas del SENA y el Fondo Emprender, están promoviendo la adopción de materiales ecológicos y procesos responsables. Esto genera un entorno favorable para el posicionamiento de Creaciones Ema como pionera en moda infantil ecológica y educativa en la ciudad de Cúcuta.

Conclusión de las tendencias del mercado:

Las tendencias actuales confirman que el mercado de la confección infantil se orienta hacia la sostenibilidad, la personalización y la digitalización, tres pilares que sustentan el modelo de negocio de Creaciones Ema. La empresa no solo responde a una necesidad estética o comercial, sino que educa, concientiza y conecta emocionalmente con las familias, consolidándose como una marca innovadora y con proyección nacional.

## **CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación**

### **3 Modulo Técnico u operación**

#### **3.1 Descripción del Proceso**

**Creaciones Ema** se crea con el fin de la elaboración de ropa para niños de diferentes edades, se desarrolla a través de una serie de etapas que permiten transformar una idea creativa en un producto terminado, listo para dar a conocer en el mercado. El proceso incluye actividades de planeación, diseño, confección y comercialización, buscando ofrecer prendas cómodas, seguras, ecológicas y atractivas para el público infantil.

#### **Planeación y análisis de mercado**

Identificación de la demanda y tendencias de moda infantil.

Definición del público objetivo (edades, género, nivel socioeconómico).

Selección de los tipos de prendas a producir (camisetas, vestidos, pantalones, conjuntos, etc.).

#### **Diseño**

Elaboración de bocetos y patrones considerando la comodidad, seguridad y estética.

Elección de materiales adecuados (telas suaves ecológicas, hipoalergénicas y resistentes).

Definición de colores, estampados y detalles que atraigan a los niños y a los padres.

#### **Adquisición de insumos**

Compra de telas, hilos, botones, cierres, elásticos y demás materiales.

Selección de proveedores confiables que garanticen calidad y costos competitivos.

#### **Producción y confección**

Corte de las piezas según los moldes diseñados.

Costura y ensamble de las prendas en talleres de terceras personas que serán madres cabeza de familia.

Control de calidad en cada etapa para asegurar acabados seguros y duraderos.

### **Acabados y empaques**

Revisión final de las prendas (costuras, tallas, adornos).

Planchado

empaque con etiquetas que incluyan información de tallas, cuidados y marca.

### **Comercialización**

Definición de canales de venta: tiendas físicas, ferias, ventas por catálogo o comercio electrónico.

Estrategias de marketing digital (redes sociales, página web, publicidad en línea).

Posicionamiento de marca destacando la calidad, diseño y seguridad de las prendas.

### **Distribución y servicio al cliente**

Entrega de productos al consumidor final o a distribuidores.

Atención postventa para garantizar la satisfacción del cliente.

#### ***3.1.1 Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)***

Creaciones Ema la capacidad de innovar se considera esencial para destacar en el ámbito comercial, algo que se materializa tanto en la elaboración como en el producto entregado. Esto asegura mayores beneficios para los consumidores y una postura firme y duradera ante la competencia.

#### ***Innovación en el proceso***

Uso de telas eco amigable (algodón orgánico, telas ecológicas como bambú y cáñamo) que mitiga el impacto ambiental.

Optimización de la producción mediante cortes digitales o moldes inteligentes que minimizan desperdicios de tela.

Implementación de controles de calidad preventivos, asegurando la seguridad en costuras y accesorios para niños.

Producción flexible que permite adaptarse rápidamente a cambios en la moda infantil y pedidos personalizados.

Innovación en el producto

Prendas con diseños versátiles y ajustables (por ejemplo, ropa que crece una talla más con el niño gracias a elásticos o broches regulables).







Textiles hipo alérgicos y suaves para proteger la piel sensible de los niños.

Estampados educativos o interactivos, que combinan moda con aprendizaje (números, letras, personajes lúdicos).

Ropa con valor funcional: prendas reversibles, impermeables o con bolsillos secretos que generan mayor utilidad.

### 3.1.2 Ficha Técnica del Producto o Servicio

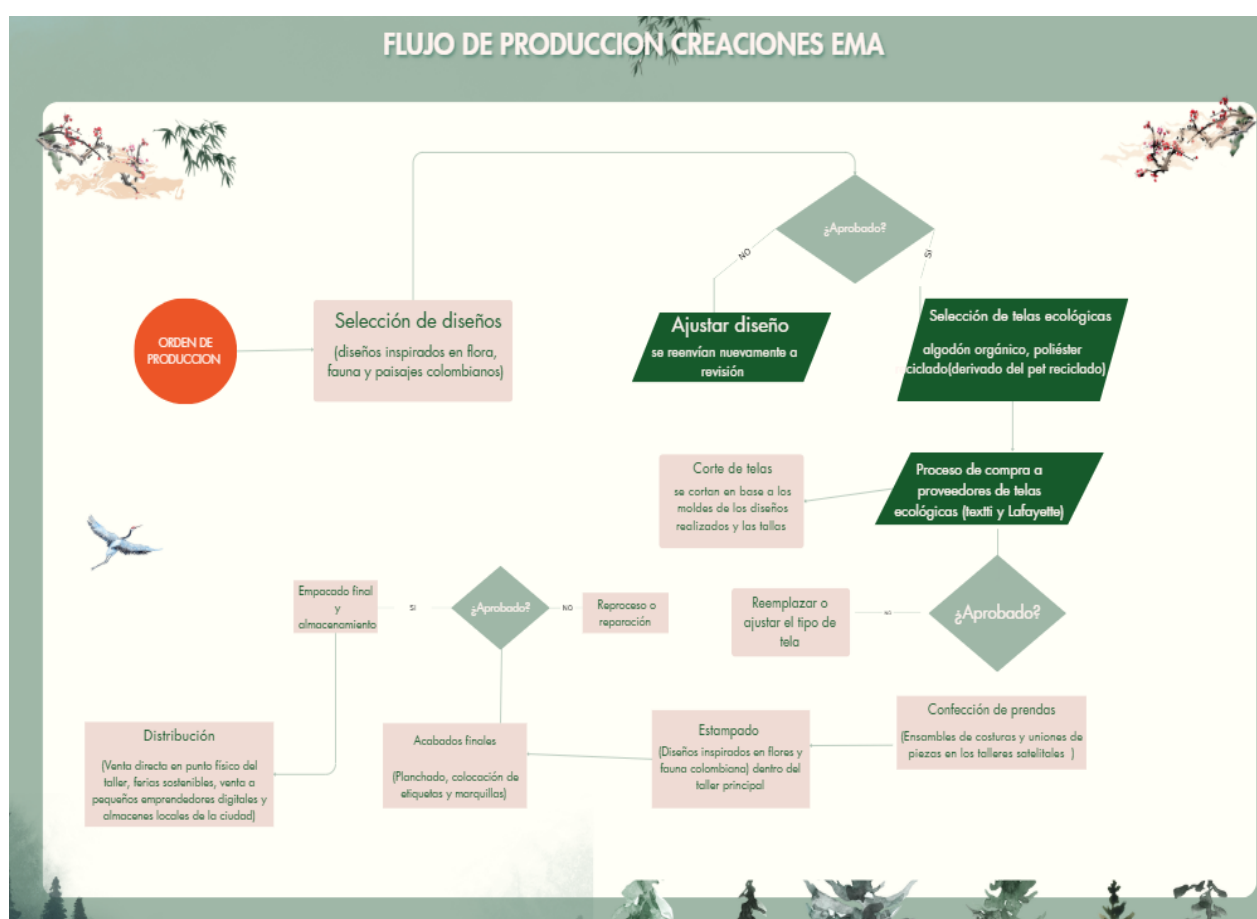
Tabla 1 Ficha técnica colección viajando por colombia.1(Elaboración Propia)

ILUSTRACION DEL PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO	CATEGORIA	TALLA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TELAS DE ELABORACION	ESTAMPADOS	PROVEEDOR
	Conjunto colores del guaviare	NIÑOS	4 – 14	Camiseta manga corta y short, color verde menta, con estampado frontal de guacamayo posando sobre una rama verde, cuello redondo y short con bolsillos laterales	Algodón perchado imperial verde menta (69% algodón orgánico y 31% poliéster reciclado)	Guacamayo multicolor con hojas verdes	Telas:Textti Estampado:Estampados Polonia Accesorios:Mis costuritas
	Overol guardianes del cocuy	NIÑOS	4-12	Overol corto con bolsillos laterales color verde oliva con tirantes ajustables y estampado de un oso de anteojos con hojas verdes alrededor	Chalis ecoprestige 100% rayon ecovero color verde oliva	Oso de anteojos color marrón y negro en sus anteojos con hojas verdes alrededor	Telas:Textti Estampado:Estampados Polonia Accesorios:Mis costuritas
	Conjunto espíritu del amazonas	NIÑOS	4-12	Conjunto de sudadera color beige oscuro compuesto de buzo y pantalón jogger decorado en la parte frontal con la cabeza de un jaguar y unas hojas en la pierna del jogger	Algodón perchado imperial beige (69% algodón orgánico y 31% poliéster reciclado)	Jaguar color negro y hojas en el pantalón	Telas:Textti Estampado:Estampados Polonia Accesorios:Mis costuritas
	Overol amanecer en la guajira	NIÑAS	4-12	Overol corto con bolsillos laterales y tapas color beige claro con tirantes ajustables, con un estampado frontal de un flamenco rosa y hojas verdes	Chalis ecoprestige 100% rayon ecovero color beige claro	Flamenco color rosa y hojas verdes	Telas:Textti Estampado:Estampados Polonia Accesorios:Mis costuritas
	Conjunto Alas del Quindío	NIÑAS	4-12	Conjunto de dos piezas compuesto de camiseta blanca cuello redondo y bordado frontal de un colibrí con flores acompañado de una falda rosada con estampado inferior de flores	Camisa en piel de durazno ecológica (48% poliéster reciclado 48% poliéster y 4% spandex) y falda hawaii licra R (97% poliéster reciclado,3% licra)	Colibrí color verde con marrón y flores rosadas con verde	Telas:Lafayette Estampado:Estampados Polonia Accesorios:Mis costuritas
	Vestido tesoro del caribe	NIÑA	4-12	Vestido color crema son mangas corte en la cintura con un vuelo ligero, presenta un bordado frontal de una tortuga color verde, con pequeñas flores un diseño cómodo y fresco	Andes R (100% poliéster reciclado)	Tortuga verde con flores color amarillo y ramas verdes	Telas:Lafayette Estampado:Estampados Polonia Accesorios:Mis costuritas

**NOTA:** en la ficha técnica se encuentra relacionando las características principales de los productos de la colección viajando por Colombia, además de los proveedores estratégicos utilizados para la compra de la materia prima.

### 3.1.3 Diagrama de flujo de producción o del servicio

**Figura 9 Diagrama de flujo de producción.9(Elaboración Propia)**



**NOTA:** Nota: Dentro este diagrama se muestra el proceso de producción desde el inicio cuando se crean los diseños de colección y elección de telas hasta la distribución de las prendas, teniendo un control al detalle óptimo para ofrecer un producto de alta calidad.

### ***3.1.4 Recursos necesarios para operación óptima***

Para que una empresa de ropa infantil opere de manera óptima, se requieren recursos bien estructurados en distintas áreas. Te los organizo en cuatro categorías principales:

#### ***Recursos Humanos***

Diseñadores de moda infantil: encargados de tendencias, patronaje y estilos.

Personal de producción: cortadores, confeccionistas, planchado, terminados.

Área de calidad: control de materiales y acabados.

Área administrativa y contable: gestión financiera, facturación, impuestos.

Equipo comercial y de marketing: ventas online/presencial, gestión de redes sociales, relaciones con clientes.

Logística y distribución: manejo de inventarios, bodegas, despachos.

#### ***Recursos Materiales***

Maquinaria de confección: Máquinas planas, overlock, recubridora, equipos de bordado, estampado, planchas industriales.

Materias primas:

Telas suaves, seguras y certificadas para niños (algodón, lino, telas hipoalergénicas).

Hilos, botones, cierres, etiquetas.

Infraestructura:

Taller o planta de producción con buena iluminación y ventilación.

Oficinas administrativas.

Punto de venta físico o showroom.

Transporte propio o tercerizado para distribución.

### 3. Recursos Financieros

Capital de trabajo para cubrir materias primas, nómina, alquiler, servicios.

Inversión en tecnología software de diseño (CAD), ERP de inventarios, comercio electrónico.

Fondo de contingencia para imprevistos en producción o mercado.

Acceso a crédito o inversionistas para expansión.

### Recursos Tecnológicos y Estratégicos

Software de diseño textil (CorelDraw, Illustrator, Audaces, Optitex).

Plataforma de ventas online (tienda virtual, redes sociales, marketplace).

Sistemas de gestión de calidad: fichas técnicas, procesos estandarizados.

Investigación de mercado: tendencias, tallajes, preferencias de los padres.

Marketing digital: branding, publicidad en redes, fotografías profesionales.

## **3.2 Diseño de planta (Cuando sea pertinente)**

El diseño de la fábrica se enfoca en la organización de un espacio para el corte y la terminación del producto como limpieza de las prendas, planchado y zona de empaque para su distribución.

Los cortes serán movidos del sitio para talleres satelitales atendidos por madres cabezas de familia para la elaboración de la prenda luego son regresadas a la fábrica para su terminación y control de calidad.

### **3.3 Propuesta de Valor**

Presenta creaciones de vestuario para niños excepcionales que integran creatividad, responsabilidad ambiental y enseñanza sobre la cultura. Cada artículo narra una historia basada en la abundancia natural de Colombia fomentando el aprendizaje desde una edad temprana y apoyando el trabajo justo.

### **3.4 Validación de la idea**

Identificación de criterios de validación: la idea de negocio Creaciones Ema se centra en la elaboración y comercialización de ropa infantil artesanal, con diseños únicos, cómodos y confeccionados con materiales de alta calidad y, en algunos casos, ecológicos. Se considera una propuesta innovadora, ya que combina la creatividad del diseño infantil con un enfoque sostenible y responsable. De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas, se evidenció una alta aceptación del producto por parte de los padres y cuidadores interesados en adquirir prendas originales, duraderas y seguras para los niños.

Análisis de la retroalimentación: las respuestas de las personas encuestadas indican que la idea de negocio de Creaciones Ema resulta atractiva, funcional y asequible, valorando principalmente el trabajo artesanal, la suavidad de los materiales y los diseños personalizados. Los participantes destacaron la importancia de ofrecer prendas cómodas, resistentes y con un

estilo propio, así como la posibilidad de incluir materiales sostenibles para contribuir al cuidado del medio ambiente.

Revisión y ajuste de la propuesta: teniendo en cuenta las sugerencias obtenidas durante el proceso de retroalimentación, se realizaron ajustes en la propuesta, tales como la inclusión de tallas variadas, mejoras en la presentación del empaque y el fortalecimiento de la identidad de marca para destacar la esencia artesanal y sostenible de las prendas. Estos ajustes permiten una mejor adaptación a las preferencias del mercado infantil.

Validación final: una vez revisada la propuesta y comprobado que cumple con los criterios de innovación, aceptación, funcionalidad y viabilidad económica, se concluye que Creaciones Ema es un proyecto viable, pertinente y con potencial de crecimiento en el sector de la moda infantil artesanal. La validación final confirma que el emprendimiento puede satisfacer las necesidades del público objetivo, promoviendo una oferta diferenciada basada en la calidad, el diseño y la sostenibilidad.

### **3.5 Prueba piloto**

Se inició una prueba piloto creando una colección llamada “viajando por Colombia”, la cual está conformada por seis diseños inspirados en la fauna nacional como: la guacamaya, el flamenco rosado, el jaguar del Amazonas, la tortuga del Caribe, el oso de anteojos y el colibrí.

La colección es confeccionada con telas ecológicas obtenidas a través de nuestro proveedor Textti

### **3.5.1 *Testeo y Feedback***

Los resultados obtenidos durante el proceso de testeo de la marca Creaciones EMA reflejan una alta aceptación del público hacia la ropa infantil con diseños originales, cómodos y buena calidad, elaboradas de forma artesanal. Los consumidores valoran especialmente que las prendas estén hechas con materiales suaves duraderos, pero sobre todo en telas ecológicas lo cual contribuye a la sostenibilidad ambiental y al bienestar de los niños.

## **CAPÍTULO IV Modulo Organizacional**

### **4 Estructura Organizacional**

#### **4.1 *Misión y Visión***

##### **MISION**

Creaciones Ema tiene como misión confeccionar ropa infantil de alta calidad, cómoda y segura que combine la funcionalidad con diseños inspiradores en la flora y fauna de nuestro país Colombia, se busca fomentar el amor por la naturaleza promoviendo los valores, cultura y sostenibilidad de cada prenda e impulsando el desarrollo económico proporcionando empleo y desarrollo a las madres cabeza de hogar.

##### **VISIÓN**

Posicionarnos como un referente en la confección de ropa infantil de alta calidad, con conciencia ambiental y orgullo cultural, para las nuevas generaciones, adoptando un estilo de vida sostenible y alcanzando la rentabilidad en el mercado.

#### **4.2 *Valores corporativos***

Cultura y biodiversidad: promover a las nuevas generaciones el respeto y la admiración por la fauna colombiana.

Calidad: Diseñar y producir prendas de alta calidad que sean duraderas y cómodas

Sostenible: creaciones Ema se comprometen a utilizar materiales naturales y ecológicos para así minimizar el impacto ambiental.

#### **4.3 *Objetivos estratégicos***

Generar impacto social positivo: contribuir al desarrollo de comunidades locales, generando empleo digno con el trabajo en equipo y productos regionales

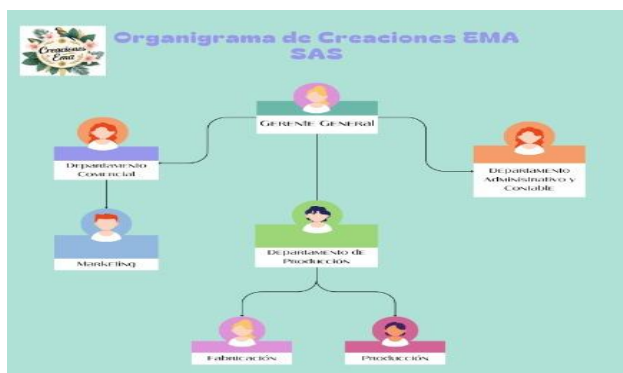
Fortalecimiento de la marca

Diseñar y confeccionar prendas con valor estético y cultural con conexión a la biodiversidad de Colombia

## 4.4 Organigrama y Perfiles

### 4.4.1 Estructura orgánica

Figura 10 Organigrama. (Elaboración Propia)



**NOTA:** El organigrama señala la estructura y conformación de la empresa, incluyendo perfiles y roles de cada uno.


### 4.4.2 Perfiles

Figura 11 Perfil administrativo y financiero.10(Elaboración Propia)

	CARGO	GERENTE GENERAL
	Dirigir y coordinar estratégicamente todas las áreas asegurando el cumplimiento y objetivos comerciales financieros y operativos	
<b>AREA:</b>	Administrativa y Financiera	
<b>Edad:</b>	18 - 55	
<b>Sexo:</b>	Femenino / Masculino	
<b>Estado Civil:</b>	No aplica	
<b>Formacion:</b>	Profesional	
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, Comunicación asertiva, Trabajo en Equipo	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la empresa ante socios proveedores y clientes claves</li> <li>• Supervisar la gestión de todos los departamentos</li> <li>• Aprobar presupuestos y monitorear los indicadores financieros</li> <li>• Tomar decisiones sobre inversiones, operaciones y estructura organizativa</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo estratégico</li> <li>• Visión de negocio</li> <li>• Comunicación afectiva</li> </ul>	

**Nota:** este cargo es fundamental por que dirige y coordina estratégicamente todas las áreas para así asegurar un cumplimiento de metas financieras a corto y largo plazo.

Figura 12 Perfil ventas.11(Elaboración Propia)

	CARGO	Departamento Comercial
		Gestionar las ventas de los productos de confección, captado nuevos clientes y manteniendo relaciones comerciales
<b>AREA:</b>	Ventas	
<b>Edad:</b>	18 - 55	
<b>Sexo:</b>	Femenino / Masculino	
<b>Estado Civil:</b>	No aplica	
<b>Formacion:</b>	Profesional - Tecnologo -Tecnico	
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, Comunicación asertiva, Trabajo en Equipo	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda y mantenimiento de clientes</li> <li>• Seguimiento y cierre de ventas</li> <li>• Asesoramientos a los clientes</li> <li>• Cumplimiento de metas</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación asertiva</li> <li>• Orientación al cliente</li> </ul>	


NOTA: En este departamento se gestiona la venta de cada producto, captando nuevos clientes.

Figura 13 Perfil ventas- redes sociales.12(Elaboración Propia)

	CARGO	Departamento Marketing
		Desarrollar e implementar estrategias para posicionar la marca aumentando la demanda de los productos
<b>AREA:</b>	Ventas - Redes sociales	
<b>Edad:</b>	18 - 55	
<b>Sexo:</b>	Femenino / Masculino	
<b>Estado Civil:</b>	No aplica	
<b>Formacion:</b>	Profesional - Tecnologo -Tecnico	
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, Comunicación asertiva, Trabajo en Equipo	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas publicitarias</li> <li>• Gestionamiento en redes sociales</li> <li>• Diseño de catálogos</li> <li>• Realizar estudios de mercado</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del mercado</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	


NOTA: Señala las funciones y competencias de acuerdo al cargo, ya que son los encargados de realizar las estrategias de marketing para impulsar las ventas.

**Figura 14 Perfil Coordinador de producción.13(Elaboración Propia)**

	CARGO	Departamento Producción
		planificar coordinar y supervisar los procesos para asegurar la calidad y cumplimiento de los tiempos
<b>AREA:</b>	Producción	
<b>Edad:</b>	18 - 55	
<b>Sexo:</b>	Femenino / Masculino	
<b>Estado Civil:</b>	No aplica	
<b>Formación:</b>	Profesional - Tecnólogo - Técnico	
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, Comunicación asertiva, Trabajo en Equipo	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignación y supervisión del personal</li> <li>• Controlar indicadores de eficiencia y calidad</li> <li>• Coordinar el flujo de trabajo de planta</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo operativo</li> <li>• Resolución de problemas</li> <li>• Orientación a resultados positivos</li> </ul>	


**NOTA:** este departamento planifica y coordina los procesos de producción para dar cumplimiento a cada requerimiento.

**Figura 15 Perfil Operario de producción.14(Elaboración Propia)**

	CARGO	Operarios de Producción
		Confeccionar prendas de acuerdo a los estándares y especificaciones técnicas
<b>AREA:</b>	Producción	
<b>Edad:</b>	18 - 55	
<b>Sexo:</b>	Femenino / Masculino	
<b>Estado Civil:</b>	No aplica	
<b>Formación:</b>	Profesional - Tecnólogo - Técnico	
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, Comunicación asertiva, Trabajo en Equipo	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operar máquinas como plana, fileteadora, doble aguja, collarín entre otras</li> <li>• Cumplir metas diarias</li> <li>• Reportar defectos en insumos o en la maquinaria</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destreza manual</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Atención al detalle</li> </ul>	


**NOTA:** este departamento se confecciona y estandariza los diseños con las especificaciones técnicas.

**Figura 16 Perfil Analista contable y financiero.15(Elaboración Propia)**

	CARGO	Departamento Contable
		llevar la contabilidad en general, mantenimiento de las obligaciones tributarias al día y generar información financiera confiable
<b>AREA:</b>	Contable y Financiera	
<b>Edad:</b>	18 - 55	
<b>Sexo:</b>	Femenino / Masculino	
<b>Estado Civil:</b>	No aplica	
<b>Formacion:</b>	Profesional - Tecnólogo - Técnico	
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, Comunicación asertiva, Trabajo en Equipo	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro y análisis de transacciones contables</li> <li>• Elaboración de estados financieros mensuales</li> <li>• Declaración de la obligación tributarias</li> <li>• Supervisar facturación, tesorería, compras, cartera</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Planeación estratégica</li> <li>• Análisis financieros y manejo de software contable</li> </ul>	

**NOTA:** En este departamento se lleva la contabilidad en general, manteniendo las obligaciones tributarias al día, generando información financiera confiable.

**Figura 17 Perfil Asistente administrativo y contable.16(Elaboración Propia)**

	CARGO	Departamento Administrativo
		Apoyo en la gestión administrativa, logística y documental para garantizar el funcionamiento correcto de la empresa
<b>AREA:</b>	Contable - Administrativo	
<b>Edad:</b>	18 - 55	
<b>Sexo:</b>	Femenino / Masculino	
<b>Estado Civil:</b>	No aplica	
<b>Formacion:</b>	Profesional - Tecnólogo - Técnico	
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, Comunicación asertiva, Trabajo en Equipo	
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar archivo y documentación</li> <li>• Apoyo en procesos logísticos</li> <li>• Coordinar con otras áreas</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Manejo de información y atención al cliente</li> </ul>	

**NOTA:** En este departamento se gestiona, la logística, administrativa y documental para garantizar el funcionamiento de la misma.

## **4.5 Constitución Empresa y Aspectos Legales**

### ***4.5.1 Forma legal de la empresa***

Creaciones Ema es una empresa Pyme de grupo contable III, con tipo de sociedad por acciones simplificada (SAS) que permite uno o varios socios ofreciendo flexibilidad en la organización y gestión de la misma, con actividad comercial principal 1410 confección de prendas de vestir y actividades secundarias como 4641 El comercio al por mayor de todo tipo de productos textiles, elaborados con fibras naturales, artificiales, sintéticas y sus mezclas, hilados, tejidos y telas en general.

### ***4.5.2 Registro y constitución***

Registro en Cámara de comercio mediante Acta de constitución de la sociedad por acciones simplificada No.001 del 08 de octubre del 2025, en Cúcuta Norte de Santander, la sociedad tendrá por objeto el desarrollo de las siguientes actividades confección, diseño comercialización y distribución de prendas de vestir infantiles inspirada en la flora, fauna y paisajes

### ***4.5.3 Capital social***

CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO, el capital autorizado de CREACIONES EMA SAS esta expresado en PESOS y es de NUEVE MILLONES DE PESOS MCTE (\$ 9.000.000) divididos en NUEVE MIL (9,000) acciones de igual valor nominal, a razón de MIL (\$1.000) cada una.

**Tabla 2 Participación accionaria de los accionistas.2(Elaboración Propia)**

<b>ACCIONISTAS</b>	<b>No. DE ACCIONES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>%</b>
Erika Yasmin Contreras Villamizar	3000	\$ 3.000.000	33,33
Angelica Taily Delgado León	3000	\$ 3.000.000	33,33
Marlyn Yucely Duran Oliveros	3000	\$ 3.000.000	3333%
<b>TOTAL</b>	<b>9000</b>	<b>\$ 9.000.000</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Define y clasifica el número de acciones en porcentaje de acuerdo al capital suscrito y pagado de los accionistas.

#### **4.5.4 Requisitos legales y regulatorios**

Para la constitución de CREACIONES EMA SAS inicialmente registrar acta de constitución donde se especifique el tipo de sociedad, capital y objeto, realizar la compra de la boleta fiscal ante la cámara de comercio posterior registro ante la Dian.

#### **Licencias, permisos y normatividad laboral – ambiental**

Se realizará registro de la marca y etiqueta

inscribirse ante la alcaldía para el permiso y funcionamiento municipal.

Solicitar el certificado de seguridad emitido por el departamento de bomberos con el objetivo de garantizar que el establecimiento comercial cumpla con la normatividad respectiva a extintores, salidas de emergencia, botiquines

Implementación de Sistema de seguridad y salud en Trabajo ( SG-SST)

#### 4.5.5 *Impuestos y obligaciones fiscales*

Las responsabilidades tributarias de CREACIONES EMA SAS de acuerdo con la normatividad son:

**Tabla 3 Impuestos y obligaciones fiscales.3(Elaboración Propia)**

4.5.5 Impuestos y obligaciones fiscales	
Responsabilidades Tributarias	05 - Impuesto de renta y régimen ordinario
	07 - Retención en la fuente a título de renta
	14 - Informante de exógena
	42 - Obligado a llevar contabilidad
	48 - Impuesto sobre las ventas (IVA)
	52 - Facturador electrónico
	55 - Informante de Beneficiarios Finales

**Nota:** clasifica detalladamente las responsabilidades tributarias y obligaciones fiscales que tiene la empresa CREACIONES EMA SAS

#### 4.5.6 *Protección de propiedad intelectual*

CREACIONES EMA, realizará el trámite necesario a través del registro formal ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

#### 4.5.7 Cumplimiento normativo y ético

**Tabla 4 Cumplimiento normativo y ético.4(Elaboración Propia)**

4.5.7 Cumplimiento normativo y ético	
Cumplimiento Normativo	<p>Constitución legal.</p> <p>Registro Tributario. Adquirir y habilitar forma digital para facturación electrónica. Resoluciones ante la DIAN para facturación electrónica, documentos soporte, notas de devolución. Apertura cuenta bancaria</p> <p>Normas Laborales como inscripción de EPS-AFP-ARL y Caja de compensación.</p> <p>Salud y Seguridad</p>
Cumplimiento ético	<p>Diseño de código de ética empresarial y laboral, reglamento interno de la empresa, contratos legales para cada trabajador</p>

**Nota:** sirve para detallar y cumplir con todos los requerimientos, normativas y regulaciones aplicables de acuerdo al sector y actividad de la empresa.

#### 4.5.8 Asesoramiento legal

Creaciones Ema inicialmente se apoyará en la asesoría legal que brinda la cámara de comercio de Cúcuta, que nos ofrece un soporte jurídico e integral para la constitución y gestión de igual manera tiene como objetivo solicitar asesoramiento tanto de contador público y un profesional del SSGT

4.6 *Gastos de Puesta en Marcha*

Tabla 5 Gastos de puesta en marcha.5(Elaboración Propia)

<b>Gastos de Puesta en Marcha</b>		
<b>REGISTRO Y LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA</b>	Derechos por registro de matrícula mercantil - boleta fiscal	\$ 120.141
	Compra existencia y representación legal	\$ 11.600
	Derechos de inscripción de libros y documentos	\$ 92.100
	Registro único tributario DIAN	\$ -
	Registro de industria y comercio del establecimiento	\$ -
	Patente de marca ante la superintendencia de industria y comercio	\$ 464.000
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	1 computadores todo en uno marca Lenovo	\$ 1.000.000
	1 impresora Epson multifuncional	\$ 850.000
	1 Escritorios	\$ 220.000
	1 Mesa de corte textil industrial	\$ 400.000
	1 máquina de corte aguja	\$ 90.180
	2 sillas de oficina	\$ 200.000
	2 sillas de butaca de madera	\$ 100.000
	1 plancha industrial	\$ 315.000
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	Software contable inicialmente DIAN gratuito	\$ -
<b>COSTO DE PRODUCCION Y MANO DE OBRA</b>	Tela algodón perchado imperial verde menta 15 mt	\$ 542.250
	Tela algodón perchado imperial Blanco 15 mt	\$ 542.250
	Tela algodón perchado imperial Azul claro 15 mt	\$ 542.250
	30 Marquilla	\$ 6.000
	30 Botones	\$ 3.000
	30 cierres	\$ 15.000
	30 estampado	\$ 90.000
	Confeción por prenda \$ 3000 por prenda	\$ 120.000
	Diseño y Cortado	\$ 120.000
	salarios personal inicial	\$ 2.400.000
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS</b>	gastos de papelería	\$ 100.000
	Arriendo de local	\$ 350.000
	Servicios Públicos (agua, luz, Internet)	\$ 200.000
	Costos de Marketing y publicidad	\$ 100.000
<b>TOTAL</b>		<b>8.993.771</b>

**Nota:** De acuerdo con la estructura de la puesta en marcha, se puede dar inicio a la materialización del plan de negocio, donde se realizaron investigaciones correspondientes tanto para el registro y legalización de la empresa como para los costos y gastos de producción y administrativos para la puesta en marcha.

#### 4.7 Condiciones comerciales (Cuando sea pertinente)

**Tabla 6 Condiciones comerciales.6(Elaboración Propia)**

CONDICIONES COMERCIALES	
Precios Colección	El precio de cada prenda se realizara en una fecha específica de acuerdo con los costos y gastos de producción, adicional no se cambiaran el precio si previo avisos a nuestros clientes
Formas de Pago	Inicialmente pagos de contado y dependiendo de la trayectoria y movimiento del cliente se puede realizar estudio para otorgar crédito siempre y cuando presenten la documentación requerida
Plazos de Entrega	se acordara conjuntamente con el cliente
Garantías	Se garantiza el producto por tres meses, ofreciendo la opción de devolución del producto siempre y cuando cumpla con las condiciones y políticas de la empresa
Devoluciones y Cambios	las devoluciones son aceptadas siempre y cuando cumplan con el tiempo estipulado

**Nota:** Tener en cuenta para las políticas comerciales de la empresa

## CAPÍTULO V Modulo Financiero

### 5 Modulo Financiero

#### 5.1 Proyección de ventas

La proyección de ventas realizada nos ha permitido anticipar los ingresos a futuro del plan de negocios y así mismo evaluar la viabilidad del producto ofertado, facilitándonos el análisis financiero, los ajustes estratégicos para la puesta en marcha, adicional a esto establecer metas claras como base para la planificación estratégica de nuestras ventas.

##### 5.1.1 Tamaño del mercado

El tamaño del mercado se ha estimado el valor total de las ventas que se van a realizar durante un periodo específico incluyendo la proyección de crecimiento a futuro y así mismo estableciendo metas en ventas e identificando a que proporción del mercado estamos realizando el estudio.

##### 5.1.2 Tabla de proyección de ventas y Justificación

**Tabla 7 Proyección de ventas.7(Elaboración Propia)**



**Nota:** Esta proyección de ventas tiene como objetivo realizar ventas de 4.420 prendas al año realizando las estimaciones que en el departamento de Norte de Santander hay más 100.000 niños entre rango de 2 a 10 años donde las encuestas arrojan el 90% perteneciente a este mercado esto indica una mayor posibilidad de venta y distribución.

### 5.1.3 Participación del mercado

Se realizó una investigación por medio de encuestas digitales donde nos arrojó cifras relevantes para poder sacar nuestra proyección de ventas donde nuestro segmento del mercado es de niños entre 2 a 10.

**Tabla 8 Participación del mercado.8(Elaboración Propia)**

PERIODO	MES	CANTIDAD DE VENTAS	OTRAS MARCAS
1	ENERO	100	180
2	FEBRERO	140	220
3	MARZO	180	275
4	ABRIL	220	290
5	MAYO	260	305
6	JUNIO	300	320
7	JULIO	320	370
8	AGOSTO	380	410
9	SEPTIEMBRE	420	470
10	OCTUBRE	500	490
11	NOVIEMBRE	600	700
12	DICIEMBRE	800	905
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>4220</b>	<b>4935</b>

**Nota:** Se calculó la participación de Creaciones EMA en el mercado calculando las ventas proyectadas para el año 2026 y se dividió entre el total de las ventas proyectadas que otras marcas tienen para el mismo periodo este resultado lo multiplicamos por 100 para expresarlo en manera porcentual lo que nos arrojó un 85% de probabilidad en competencia.

### 5.1.4 Política de cartera

Se realizarán proyecciones de cartera entre 60 a 180 ya sean menor o igual a 365 días. De igual manera se informará sobre la factibilidad del pago de estos pasivos.

## 5.2 Inversión y financiación

### 5.2.1 Plan de inversión

**Tabla 9 Plan de inversión.9(Elaboración Propia)**

<b>Plan de Inversión</b>		
<b>REGISTROS Y PATENTES</b>	Derechos por registro de matrícula mercantil - boleta fiscal	\$120.141
	Derechos de inscripción de libros y documentos	\$ 92.100
	Papente de marca ante la superintendencia de industria y comercio	\$ 464.000
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	1 computadores todo en uno marca lenovo	\$ 1.000.000
	1 impresora epon multifuncional	\$ 850.000
	1 Escritorios	\$ 220.000
	1 Mesa de corte textil industrial	\$ 400.000
	1 maquina de corte aguja	\$ 90.180
	2 sillas de oficina	\$ 200.000
	2 sillas de butaco de madera	\$ 100.000
	1 plancha industrial	\$ 315.000
<b>GASTOS ADMINISTRATIVO S Y DE VENTAS</b>	gastos de papelería	\$ 100.000
	Arriendo de local	\$ 350.000
	Servicios Públicos (agua, luz, Internet)	\$ 200.000
	Costos de Marketing y publicidad	\$ 100.000
<b>TOTAL</b>		<b>4.601.421</b>

**Nota:** De acuerdo con esta tabla se identifica la inversión para colocar la puesta en marcha del proyecto.

## 5.2.2 Estrategias de financiamiento

Creaciones Ema cuenta con una estructura de financiamiento mixta donde contara con capital propio al iniciar el proyecto a medida del avance y demanda de los productos se puede adoptar la medida de créditos bancarios para los microempresarios que otorgan tasas preferenciales como por ejemplo Banca mía entre otros.

### 5.2.2.1 Fuentes de financiamiento

Algunas de las fuentes de financiamiento para la evolución del plan de negocios se optarían por préstamos bancarios, créditos con los proveedores, recursos propios, solicitar subsidios para microempresarios.

### 5.2.2.2 Plan de financiamiento

**Tabla 10 Plan de financiamiento.10(Elaboración Propia)**

Fuentes	Tipo		Monto
Aporte propio	Capital Social	40%	\$ 9.000.000
Crédito con Proveedores	Crédito	30%	\$ 7.000.000
Créditos Bancarios	Banca mía - Banco de la Mujer	20%	\$ 5.000.000
Subsidios	Sena - Fondo Emprende	10%	\$ 2.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 23.000.000</b>

**Nota:** Para la proyección en la fuente de financiamiento para la puesta en marcha del proyecto, donde el aporte del capital propio es de un 40% y los créditos con proveedores, bancos seria del 50%, adicional se estima solicitar subsidios con el fondo emprender y Sena.

### 5.2.2.3 Tabla de amortización de crédito (opcional)

**Tabla 11 Amortización de crédito.11(Elaboración Propia)**

Valor del crédito	\$ 5,000,000.00
Tasa de interés mensual	1.50%
Plazo para pagar en meses	12
Cuota mensual	\$ 458,399.96
Intereses totales a pagar	\$ 500,799.57
Total capital más intereses	\$ 5,500,799.57

Cuota	Pago de interés	Abono de capital	Saldo del crédito
1	\$ 75,000.00	\$ 383,399.96	\$ 4,616,600.04
2	\$ 69,249.00	\$ 389,150.96	\$ 4,227,449.07
3	\$ 63,411.74	\$ 394,988.23	\$ 3,832,460.84
4	\$ 57,486.91	\$ 400,913.05	\$ 3,431,547.79
5	\$ 51,473.22	\$ 406,926.75	\$ 3,024,621.04
6	\$ 45,369.32	\$ 413,030.65	\$ 2,611,590.39
7	\$ 39,173.86	\$ 419,226.11	\$ 2,192,364.29
8	\$ 32,885.46	\$ 425,514.50	\$ 1,766,849.79
9	\$ 26,502.75	\$ 431,897.22	\$ 1,334,952.57
10	\$ 20,024.29	\$ 438,375.68	\$ 896,576.89
11	\$ 13,448.65	\$ 444,951.31	\$ 451,625.58
12	\$ 6,774.38	\$ 451,625.58	-\$ 0.00

**Nota:** Tabla de amortización para crédito bancario por valor de \$ 5.000.000 con plazo a 24 meses y una tasa mensual vigente del 2%.

### 5.2.3 Costos y gastos de operación

**Tabla 12 Costos y gastos de operación.12(Elaboración Propia)**

COSTO Y GASTOS POR CORTE	
Tela algodón perchado imperial verde menta 15 mt	\$542,250
Tela algodón perchado imperial Blanco 15 mt	\$542,250
Tela algodón perchado imperial Azul claro 15 mt	\$542,250
30 Marquilla	\$6,000
30 Botones	\$3,000
30 cierres	\$15,000
30 estampado	\$90,000
Confección por prenda \$ 4000 por prenda	\$120,000
Diseño y Cortado	\$120,000
Distribución	\$20,000
Bolsa de Empaques	\$3,000
<b>TOTAL</b>	<b>2,003,750</b>

**Nota:** Se realizó los costos y gasto para confeccionar 1 corte de 30 prendas

#### 5.2.4 Costo variable unitario

**Tabla 13 Costos variable unitario.13(Elaboración Propia)**

<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	
Tela algodón perchado imperial verde menta 1.5 mt	\$ 36,150
30 Marquilla	\$200
30 Botones	\$100
30 cierres	\$500
30 estampado	\$3,000
Confección por prenda	\$4,000
Diseño y Cortado	\$4,000
Distribución	\$800
Bolsa de Empaques	\$100
<b>TOTAL</b>	<b>48,850</b>

**Nota:** El costo unitario de cada prenda es alrededor de \$ 48.850

#### 5.2.5 Costos fijos

**Tabla 14 Costos fijos.14(Elaboración Propia)**

<b>COSTO FIJOS</b>	
Energía - Internet	\$ 200,000
Arriendo	\$ 350,000
Salarios Personal inicial	\$ 2,400,000
Impuestos	\$ 200,000
Papelería	\$ 100,000
Costos de Marketing y publicidad	\$ 100,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,350,000</b>

**Nota:** De acuerdo con esta proyección se estima que el costo fijo por el primer mes es de \$ 3.350.000 mil para colocar a puesta en marcha el proyecto.

### 5.3 Proyección de ingresos, costos y gastos

**Tabla 15 Proyección de ingresos, costos y gastos.15(Elaboración Propia)**

2026	INGRESOS	GASTOS FIJOS (ARRIENDO, LUZ, INTERNET)	GASTOS NOMINA	GASTOS POR PRESTACIONES DE SERVICIO	GASTOS ADICIONALES
ENERO	8,000,000	650,000	2,400,000	224,000	110,000
FEBRERO	11,200,000	663,000	2,400,000	224,000	200,000
MARZO	14,400,000	676,260	2,400,000	384,000	350,000
ABRIL	17,600,000	689,785	3,600,000	800,000	271,000
MAYO	20,800,000	703,581	3,600,000	800,000	500,000
JUNIO	24,000,000	717,653	3,600,000	1,000,000	500,000
JULIO	25,600,000	732,006	4,800,000	1,000,000	600,000
AGOSTO	30,400,000	746,646	4,800,000	1,000,000	600,000
SEPTIEMBRE	33,600,000	761,579	6,000,000	1,200,000	700,000
OCTUBRE	40,000,000	776,810	6,000,000	1,200,000	700,000
NOVIEMBRE	48,000,000	792,346	6,000,000	1,400,000	800,000
DICIEMBRE	64,400,000	808,193	6,000,000	1,400,000	800,000
TOTALES	338,000,000	8,717,858	51,600,000	10,632,000	6,131,000
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$</b>				<b>260,919,141.68</b>

**Nota:** De acuerdo con la proyección para el 2026 la utilidad estimada va a ser de \$ 260.919.142 lo que significa que es viable el plan de negocios a futuro.



### 5.4.2 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)

**Figura 19 Estado de resultado.18 (Elaboración Propia)**

CREACIONES EMA					
NIT: 901.243.000-4					
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL PROYECTADO A 5 AÑOS (2026-20230)					
Valor expresado en pesos colombianos					
	31/12/2026	31/12/2027	31/12/2028	31/12/2029	31/12/2030
Ingresos de actividades ordinarias	438,800,000	482,680,000	530,948,000	584,042,800	700,851,360
Menos descuentos, devoluciones y rebajas	-				
menos costos	- 281,860,834	- 310,046,917	- 341,051,609	- 375,156,770	- 412,672,447
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>156,939,166</b>	<b>172,633,083</b>	<b>189,896,391</b>	<b>208,886,030</b>	<b>288,178,913</b>
gastos de administracion	70,949,858	74,497,351	78,222,218	82,133,329	86,239,996
gastos financieros	5,967,715	6,266,101	6,579,406	6,908,376	7,253,795
otros gastos	6,131,000	6,437,550	6,759,428	7,097,399	7,807,139
<b>Ganancia antes de impuestos a la renta</b>	<b>73,890,593</b>	<b>77,585,123</b>	<b>98,335,339</b>	<b>103,252,106</b>	<b>186,877,983</b>
Reserva legal	7,389,059	7,758,512	9,833,534	10,325,211	18,687,798
Gastos por impuestos a la renta	25,861,708	27,154,793	34,417,369	36,138,237	65,407,294
<b>Ganancia del periodo</b>	<b>40,639,826</b>	<b>42,671,817</b>	<b>54,084,437</b>	<b>56,788,658</b>	<b>102,782,891</b>
	9%	9%	10%	10%	15%

**NOTA:** De acuerdo con el estado de resultados refleja una proyección de ingresos, costos y utilidades en los periodos del 2026 al 2030, donde se observa un crecimiento sostenido del 15% reflejando un plan de negocio viable, dando una rentabilidad de mejora continua.

### 5.4.3 Flujo de caja (proyectado a 5 años)

**Figura 20 Flujo de efectivo .19 (Elaboración Propia)**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DETALLE	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS	438,800,000	482,680,000	530,948,000	584,042,800	700,851,360	
Costos	- 281,860,834	- 310,046,917	- 341,051,609	- 375,156,770	- 412,672,447	
Gastos Pagados líneas de producto						
costos fijos	- 40,200,000	- 44,220,000	- 48,642,000	- 53,506,200	- 58,856,820	
costos variables	- 42,848,573	- 47,787,960	- 42,919,052	- 48,449,324	- 42,089,239	
<b>UTILIDAD BRUTA (ANTES DE IMPUESTOS)</b>	<b>73,890,593</b>	<b>80,625,123</b>	<b>98,335,339</b>	<b>106,930,506</b>	<b>187,232,854</b>	
Impuesto a la utilidad	18,472,648	20,156,281	24,583,835	26,732,626	46,808,213	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>55,417,945</b>	<b>60,468,842</b>	<b>73,751,504</b>	<b>80,197,879</b>	<b>140,424,640</b>	
Gastos pagados infraestructura						
Gastos Pagados líneas de producto						
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>	<b>55,417,945</b>	<b>60,468,842</b>	<b>73,751,504</b>	<b>80,197,879</b>	<b>140,424,640</b>	
Inversiones						
Valor residual infraestructura						
Valor residual líneas de productos						
capital de trabajo	9,000,000	9,000,000	9,900,000	10,890,000	11,979,000	13,176,900
recuperacion capital de trabajo						
<b>FLUJO DE CAPITAL</b>	<b>9,000,000</b>	<b>9,000,000</b>	<b>9,900,000</b>	<b>10,890,000</b>	<b>11,979,000</b>	<b>13,176,900</b>
<b>FLUJO DE CAJA TOTAL</b>	<b>9,000,000</b>	<b>64,417,945</b>	<b>70,368,842</b>	<b>84,641,504</b>	<b>92,176,879</b>	<b>153,601,540</b>
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>	<b>9,000,000</b>	<b>73,417,945</b>	<b>143,786,787</b>	<b>228,428,291</b>	<b>320,605,170</b>	<b>474,206,711</b>

**NOTA:** de acuerdo con la proyección realizada entre el 2026 al 2030 se refleja un aumento de flujo en caja anual del 10% aumentando para cada año lo que significa un crecimiento sostenible.

## 5.5 Evaluación del proyecto

### 5.5.1 VAN

**Tabla 16 V.A.N.16(Elaboración Propia)**

INVERSION - 9,000,000  
 TASA DE DESCUENTO 15%  
 N PERIODOS 5

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE EFECTIVO	- 9,000,000	64,417,945	70,368,842	84,641,504	92,176,879	153,601,540
FNE	- 9,000,000	1.15	1.32	1.52	1.75	2.01
FNE	- 9,000,000	56,015,604.13	53,208,954.22	55,653,162.91	52,702,430.00	76,367,112.42
<b>V.A.N</b>	<b>284,947,264</b>					

**Nota:** de acuerdo con la proyección del valor actual neto arroja un resultado de \$284.947.264, lo que indica que el proyecto es factible.

### 5.5.2 TIR

**Tabla 17 TIR 17(Elaboración Propia)**

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE EFECTIVO	- 9,000,000	64,417,945	70,368,842	84,641,504	92,176,879	153,601,540
T.I.R	726%					

**Nota:** de acuerdo con la proyección de la tasa interna, indica que el proyecto es factible.

### 5.5.3 Punto de equilibrio

**Tabla 18 Punto de equilibrio.18(Elaboración Propia)**

PUNTO EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	3,350,000
PRECIO	80,000
COSTOS VARIALES	48,850
P.E	108

**Nota:** para alcanzar el punto de equilibrio se deben producir 108 unidades mensuales para cubrir el total de costos y gastos que se generan al desarrollar el plan de negocio.

### 5.5.4 Razones Financieras

#### 5.5.4.1 Liquidez

**Tabla 19 Liquidez.19(Elaboración Propia)**

MARGEN DE LIQUIDEZ					
DETALLE	2026	2027	2028	2029	2030
Capital de trabajo operativo	53,965,413	56,522,425	70,262,372	73,360,578	85,958,168
Capital de trabajo neto	53,853,705	56,837,632	70,966,002	78,309,947	94,733,049
Ratio corriente	2.03	1.95	2.24	2.26	2.05
Prueba acida	0.79	0.75	0.87	0.87	1.06
Liquidez absoluta	0.71	0.68	0.79	0.80	1.01

**Nota:** para creación Ema el margen de liquidez aumento significativamente para el año 2030 donde se proyecta un 1,01 de liquidez absoluta dan viabilidad al plan de negocios.

#### 5.5.4.2 Rentabilidad

**Tabla 20 Rentabilidad.20(Elaboración Propia)**

MARGEN DE RENTABILIDAD					
DETALLE	2026	2027	2028	2029	2030
<i>Margen bruto</i>	36%	36%	36%	36%	41%
<i>Margen operacional</i>	17%	16%	19%	18%	26%
<i>Margen Neto</i>	9%	9%	10%	10%	14%
<i>Roa</i>	0.68	0.65	0.75	0.73	0.82
<i>Roe</i>	0.71	0.71	0.72	0.72	0.76

**NOTA:** De acuerdo con la proyección realizada se observó que tiene una rentabilidad en el patrimonio neto de un 0.76% anual sobre el capital invertido.

## CAPÍTULO VI Impactos

### 6 Impactos

#### 6.1 *Impacto económico*

Creaciones Ema busca brindar un aporte significativo al desarrollo económico de la ciudad de Cúcuta, al promover empleo formal y fortalecer el valor del sector textil en la ciudad, impulsando la economía circular que promueva a la llegada o reinversión de muchos proveedores que brinden insumos eco amigables a las empresas textiles ya que actualmente no están fácil encontrar este tipo de proveedores y de esta manera fomentar la innovación de producción sostenible.

Principales impactos económicos:

Generación de empleo directo en áreas de confección, diseño, distribución y administración.

Reactivación del sector textil local mediante la compra de insumos y contratación de servicios complementarios.

Incremento de ingresos para pequeños talleres y asociados de confección.

Aumento del valor agregado en los productos gracias al componente educativo y ecológico.

#### 6.2 *Impacto social*

Creaciones Ema no solo busca la creación de una prenda más dentro del mercado, sino promover la conciencia del cuidado del medio ambiente a través del aprendizaje sobre la riqueza natural de nuestro país y las telas utilizadas, además de aportar oportunidades laborales dignas localmente.

#### Principales impactos sociales:

Creación de empleo formal para madres cabeza de hogar a través de talleres satelitales en confección.

Promoción de la equidad de género y empoderamiento femenino en el ámbito laboral.

Transmisión de valores ambientales y culturales a las familias mediante de las prendas educativas.

Generación de sentido de pertenencia por nuestra biodiversidad mediante el uso de temáticas inspiradas en la flora, fauna y paisajes de Colombia.

Fortalecimiento de la identidad cultural y ambiental en nuestros clientes.

### **6.3 Impacto ambiental**

Promueve el impacto ambiental a través de la confección con telas ecológicas como lo es el algodón perchado imperial que está conformado por 69% algodón orgánico y 31% poliéster reciclado disminuyendo la utilización de recursos no renovables y residuos contaminantes.

### **6.4 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)**

Durante la ejecución de las actividades de operación pueden presentarse los siguientes tipos de riesgos y las posibles medidas de mitigación y prevención del riesgo.

**Tabla 21 Tipos de riesgo.21(Elaboración Propia)**

Tipo de riesgo	Descripción	Estrategia de mitigación
<b>Técnico</b>	Fallas en maquinaria o retrasos en la producción.	Mantenimiento preventivo, capacitación del personal y respaldo técnico local.
<b>Comercial</b>	Competencia de productos industriales o importados a menor precio.	Diferenciación por valor ecológico, educativo y cultural; campañas de fidelización.
<b>Talento humano</b>	Rotación de personal o falta de mano de obra calificada.	Contratación formal, incentivos laborales y convenios con el SENA.
<b>Normativo</b>	Cambios en la legislación tributaria o ambiental.	Asesoría contable y jurídica constante; cumplimiento de normas vigentes.
<b>Ambiental</b>	Generación de residuos o consumo excesivo de recursos.	Implementación de procesos limpios, reciclaje y uso de materiales sostenibles.
<b>Financiero</b>	Limitaciones de capital o flujo de caja insuficiente.	Gestión de recursos con Fondo Emprender, créditos bancarios y control contable.
<b>Otros (tecnológicos y reputaciones)</b>	Fallas en redes sociales o baja visibilidad de marca.	Estrategia digital activa, gestión de reputación y alianzas con marcas locales.

**NOTA:** dentro de esta tabla se incluyeron los tipos de riesgo que pueden ser limitantes para el desarrollo del plan de negocios y las estrategias para mitigar el riesgo.

## **CAPÍTULO VII Conclusiones**

### **7 Conclusiones**

El estudio de este plan empresarial de muestra gran potencial técnica, comercial, ambiental y financiero donde se combina confección con responsabilidad ambiental agregando un valor educativo.

A través del estudio de investigación realizado se confirma una aceptación positiva hacia los productos infantiles eco amigable lo que soporta un posicionamiento de Creaciones Ema proyectándose como una propuesta competitiva dentro del mercado local.

## **CAPÍTULO VIII Recomendaciones**

### **8 Recomendaciones**

El proyecto busca fortalecer la identidad de marca destacando su enfoque ecológico y educativo en todas las formas de comunicación y promoción. La idea es que la moda infantil refleje también un mensaje de conciencia ambiental y cuidado del entorno, además se pretende crear alianzas con proveedores sostenibles que ofrezcan telas ecológicas certificadas y materiales biodegradables de esta manera, se asegura mantener tanto la calidad de los productos como la coherencia con los valores ambientales del proyecto.

Para lograr mayor visibilidad, se propone impulsar una estrategia digital que use redes sociales, comercio electrónico y marketing verde, con el fin de posicionar la marca dentro del mercado nacional y llegar a más personas interesadas en el consumo responsable, también se plantea diseñar una colección piloto cada año, que sirva para analizar las tendencias, las

preferencias del público y la rentabilidad del negocio. Esto permitirá hacer ajustes reales y fortalecer el modelo empresarial.

Otro paso importante será participar en convocatorias de emprendimiento sostenible, como las del Fondo Emprender o los programas de la Cámara de Comercio, con el propósito de conseguir apoyo financiero y asesoría técnica para continuar creciendo, igualmente se busca capacitar de forma constante al equipo de trabajo en temas como sostenibilidad textil, ecodiseño y gestión ambiental, de modo que el personal mejore sus conocimientos y habilidades en estas áreas.

A mediano plazo se espera ampliar la línea de productos, incorporando nuevos diseños inspirados en la fauna, la flora y los paisajes colombianos, manteniendo siempre la esencia educativa y cultural de Creaciones Ema, también se llevará un seguimiento financiero y contable permanente, que permita tener control de los costos, analizar los márgenes de ganancia y asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto a futuro.

## Referencias

CEPAL. (2021). *La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.*

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/46633-la-autonomia-economica-mujeres-la-recuperacion-sostenible-igualdad>

Ellen MacArthur Foundation. (2019). *Fashion and the circular economy.*

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>

Fletcher, K. (2013). *Moda y textiles sostenibles: Viajes de diseño* . Routledge..

[https://scholar.google.com.co/scholar?q=Fletcher,+K.+\(2008\).+Sustainable+Fashion+and+Textiles:+Design+Journeys.+Earthscan.+en+espa%C3%B1ol&hl=es&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.com.co/scholar?q=Fletcher,+K.+(2008).+Sustainable+Fashion+and+Textiles:+Design+Journeys.+Earthscan.+en+espa%C3%B1ol&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)

Hall, S. (Ed.). (1997). *Representación: Representaciones culturales y prácticas significativas*. Sage Publications, Inc.; Open University Press.

<https://psycnet.apa.org/record/1997-36930-000>

UNESCO. (2022). *Educación para el desarrollo sostenible* .

<https://www.unesco.org/es/sustainable-development/education#>

*Yunus, M. (2007). Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism. PublicAffairs.*

*[https://www.researchgate.net/publication/282965582\\_La\\_empresa\\_social\\_de\\_Muhammad\\_Yunus\\_un\\_nuevo\\_paradigma\\_para\\_erradicar\\_la\\_pobreza](https://www.researchgate.net/publication/282965582_La_empresa_social_de_Muhammad_Yunus_un_nuevo_paradigma_para_erradicar_la_pobreza)*

*Congreso de la República de Colombia. (1993). Ley 82 de 1993. Por la cual se expiden normas para apoyar de manera especial a la mujer cabeza de familia.*

*<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4640>*

*Congreso de la República de Colombia. (1993). Ley 99 de 1993. Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y se dictan otras disposiciones.*

*<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=297>*

*Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.*

*<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>*

## CAPÍTULO V Modulo Financiero

### 9 Modulo Financiero

#### 9.1 Proyección de ventas

**Tabla 22 Proyección de ventas.22(Elaboración Propia)**

PROYECCION DE VENTAS A 5 AÑOS			
Año	Unidades vendidas	Precio promedio (COP)	Ingresos totales (COP)
2026	5485	80000	438,799,609
2027	6034	80000	482,680,000
2028	6637	80000	530,948,000
2029	7301	80000	584,042,800
2030	8761	80000	700,851,360
TOTAL			2,737,321,769

**NOTA:** de acuerdo con la proyección realizada a 5 años se proyecta que para el 2030 se obtengan en ventas \$700.851.360, con un porcentaje de incremento anual del 10%.