



Plan de Negocio para la creación de la empresa Encanto Femenino & Belleza, dedicada a la confección ecológica de ropa de mujer en la ciudad de Cúcuta

María Fernanda Moreno Fonseca

Mariana Hurtado Salcedo

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Contaduría Pública

mayo de 2026

Plan de Negocio para la creación de la empresa Encanto Femenino & Belleza, dedicada a la confección ecológica de ropa de mujer en la ciudad de Cúcuta

María Fernanda Moreno Fonseca ID: 800400

Mariana Hurtado Salcedo ID: 809562

Plan de negocio Presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Asesor(a)

Reina Lucia Villasmil Pérez

Magister en Tributación

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Contaduría Pública

mayo de 2026

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo primeramente a Dios, por ser la luz que oriento nuestro camino para cumplir nuestras metas. A nuestras familias, por ser la guía constante de amor, apoyo y perseverancia que nos permitió cumplir nuestros sueños. Finalmente, dedicamos este esfuerzo a cada una de las mujeres resiliente, guerreras y fuertes, que nos inspiran a ser cada día a emprender con valentía y lucha con la que inspiran el sueño empresarial.

## **Agradecimientos**

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de este plan de negocio. En primer lugar, agradecemos a nuestros docentes y asesores por su orientación, conocimientos y apoyo durante el desarrollo de este proyecto, ya que sus aportes fueron fundamentales para fortalecer nuestras ideas.

También extendemos nuestro agradecimiento a nuestras familias, quienes nos brindaron su apoyo incondicional, motivación y comprensión a lo largo de este proceso.

Finalmente, agradecemos a todas las fuentes de información que sirvieron como base para la construcción de este plan de negocio.

## Tabla de contenido

1	Introducción.....	12
2	Justificación.....	13
2.1	Situación encontrada.....	13
2.2	Justificación.....	14
3	Objetivos.....	16
3.1	Objetivo general.....	16
3.2	Objetivos específicos.....	16
4	Marco Referencial.....	17
4.1	Marco teórico.....	17
4.2	Marco conceptual.....	18
4.3	Marco legal.....	19
4.4	Concepto de negocio.....	20
4.4.1	Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas.....	20
4.4.2	Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.....	23
4.4.3	Población.....	24
4.4.4	Muestra.....	25
4.4.5	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	25
4.5	Alcances y limitaciones.....	28
5	Módulo de mercado.....	29
5.1	Investigación de mercado.....	29
5.1.1	Análisis del mercado.....	29
5.1.2	Identificación del cliente.....	39
5.1.3	Buyer person.....	40
5.1.4	Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor.....	40
5.2	Análisis de competencia.....	41
5.3	Marketing Mix.....	43
5.4	Tendencias del mercado.....	44
6	Modulo Técnico u operación.....	45
6.1	Descripción del Proceso.....	45

6.1.1	Innovación en proceso y producto .....	46
6.1.2	Ficha Técnica del Producto .....	47
6.1.3	Diagrama de flujo de producción .....	52
6.1.4	Recursos necesarios para operación óptima .....	52
6.2	Diseño de planta.....	53
6.3	Propuesta de Valor .....	54
6.4	Validación de la idea.....	54
6.5	Prueba piloto .....	56
6.5.1	Testeo y Feedback .....	56
7	Estructura Organizacional .....	57
7.1	Misión y Visión.....	57
7.1.1	MISION.....	57
7.1.2	VISION .....	57
7.2	Valores corporativos .....	57
7.3	Objetivos estratégicos .....	58
7.4	Organigrama y Perfiles .....	58
7.4.1	Estructura orgánica.....	58
7.4.2	Perfiles.....	59
7.5	Constitución Empresa y Aspectos Legales .....	62
7.5.1	Forma legal de la empresa.....	62
7.5.2	Registro y constitución.....	62
7.5.3	Capital social .....	62
7.5.4	Requisitos legales y regulatorios.....	63
7.5.5	Impuestos y obligaciones fiscales .....	63
7.5.6	Protección de propiedad intelectual .....	64
7.5.7	Cumplimiento normativo y ético.....	64
7.5.8	Asesoramiento legal .....	65
7.6	Gastos de Puesta en Marcha .....	65
7.7	Condiciones comerciales .....	66
8	Modulo Financiero .....	67
8.1	<i>Proyección de ventas</i> .....	67

8.1.1	Tamaño del mercado .....	67
8.1.2	Proyección de ventas y Justificación.....	67
8.1.3	Participación del mercado .....	68
8.1.4	Política de cartera .....	68
8.2	Inversión y financiación.....	69
8.2.1	Plan de inversión .....	69
8.2.2	Estrategias de financiamiento.....	70
8.2.3	Costo variable unitario .....	71
8.2.4	Costos fijos.....	72
8.3	Proyección de ingresos, costos gastos .....	72
8.4	Estados financieros .....	73
8.4.1	Balance General (proyectado a 5 años).....	73
8.4.2	Estado de Resultados (proyectado a 5 años) .....	74
8.4.3	Flujo de caja (proyectado a 5 años).....	75
8.5	Evaluación del proyecto.....	77
8.5.1	VAN .....	77
8.5.2	TIR .....	77
8.5.3	Punto de equilibrio .....	78
8.5.4	Razones Financieras.....	78
9	Impactos.....	80
9.1	Impacto económico.....	80
9.2	Impacto social .....	80
10	Conclusiones.....	83
11	Recomendaciones .....	84
	Referencias.....	85

## Lista de tablas

Tabla 1 Perfil cargo gerente general .....	59
Tabla 2 Perfil cargo área comercial .....	59
Tabla 3 Perfil cargo área administrativa y contable.....	60
Tabla 4 Perfil cargo área de producción y diseño.....	60
Tabla 5 Perfil cargo área diseño grafico .....	60
Tabla 6 Perfil cargo marketing .....	61
Tabla 7 Perfil fabricación.....	61
Tabla 8 Capital social.....	62
Tabla 9 impuestos y obligaciones fiscales.....	63
Tabla 10 Gastos de puesta en marcha.....	65
Tabla 11 condiciones comerciales .....	66
Tabla 12 proyección de ventas y Justificación .....	67
Tabla 13 plan de inversión.....	69
Tabla 14 plan de financiamiento.....	70
Tabla 16 de costos y gastos de operación.....	70
Tabla 17 costos variable unitario .....	71
Tabla 18 costos fijos .....	72
Tabla 19 Proyección de ingresos, costos gastos .....	72
Tabla 20 Balance General (proyectado a 5 años) .....	73
Tabla 21 Estado de Resultados (proyectado a 5 años).....	74
Tabla 22 Flujo de caja (proyectado a 5 años) .....	75
Tabla 23 VAN.....	77
Tabla 23 TIR .....	77
Tabla 24. Punto de equilibrio.....	78
Tabla 25 liquidez.....	78
Tabla 26 rentabilidad .....	79

## Lista de figuras

Figura 1. Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios .....	23
Figura 2. Encuesta Edad de las encuestadas. ....	30
Figura 3 Encuesta estado civil de las encuestadas. ....	30
Figura 4 Encuesta nivel educativo de las encuestadas. ....	31
Figura 5 Encuesta ocupación principal de las encuestadas. ....	32
Figura 6 Encuesta con qué frecuencia compra ropa las encuestadas. ....	32
Figura 7 Encuesta factores que influyen en su decisión de compra de las encuestadas. ....	33
Figura 8 Encuesta estaría dispuesto a pagar más por prendas elaboradas con telas ecológicas ...	34
Figura 9 Encuesta conocen el concepto de moda sostenible .....	34
Figura 10 Encuesta importancia que le da al cuidado del medio ambiente al comprar ropa.....	35
Figura 12 Encuesta talleres de autoestima, empoderamiento femenino o educación financiera..	36
Figura 13 Encuesta temas le interesan más para realizar talleres .....	37
Figura 14 Encuesta prefieren que los talleres fueran .....	38
Figura 15 Encuesta que valoraría más de Encanto Femenino & Belleza .....	38
Figura 16 ficha técnica del producto.....	47
Figura 17 ficha técnica del producto.....	48
Figura 18 ficha técnica del producto.....	49
Figura 19 ficha técnica del producto.....	51
Figura 20 Diagrama de flujo de producción .....	52
Figura 21 Organigrama elaboración propia .....	58

## Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo desarrollar el plan de negocio Encanto Femenino & Belleza, el cual es un modelo de emprendimiento que implementa la moda sostenible, integrando prendas de vestir personalizadas elaboradas con tela biodegradable, fundamentada principalmente en la moda circular y en la integridad femenina. El propósito del proyecto es buscar por medio de charlas el empoderamiento femenino, el fortalecimiento de la autoestima y la independencia financiera, centralizado en la comercialización de productos ecológicos y en capacitaciones de apoyo emocional dirigidos a las mujeres de la ciudad de Cúcuta.

*Palabras clave: Moda sostenible, empoderamiento femenino, tela biodegradable, autoestima, independencia, apoyo emocional, integridad.*

## **Abstract**

This project aims to develop the business plan for Encanto Femenino & Belleza (Feminine Charm & Beauty), an entrepreneurial model that implements sustainable fashion by integrating personalized garments made with biodegradable fabric. The model is based primarily on circular fashion principles and women's integrity. The project's purpose is to promote women's empowerment, strengthen self-esteem, and foster financial independence through workshops focused on the sale of eco-friendly products and emotional support training for women in the city of Cúcuta.

*Keywords: Sustainable fashion, women's empowerment, biodegradable fabric, self-esteem, independence, emotional support, integrity.*

## 1 Introducción

La moda actual, enfrenta cambios estructurales principalmente relacionados con el crecimiento que ha obtenido la industria textil a lo largo del tiempo, la cual genera controversia en la sociedad por la confección de prendas biodegradables con impactos sociales, ambientales y tradicionales, ocasionando que el consumidor este más interesado en productos elaborados con telas ecológicas y a su vez sea participe activamente en su comercialización. Además de observar el poco apoyo que tiene el medio ambiente, se analiza el tema femenino como pieza clave donde se identifica el bajo valor que tiene la mujer para su hogar, su carrera o para si misma, por estos motivos nace Encanto Femenino & Belleza un emprendimiento dedicado a la confección de prendas femeninas biodegradables y a dar una ayuda a toda mujer que lo necesite incluyendo capacitaciones de empoderamiento femenino.

Este plan de negocio se desarrolla como un emprendimiento dedicado a la moda sostenible y amigable con el medio ambiente, contribuyendo a la protección del ecosistema y reconociendo la riqueza de la flora y la fauna de nuestro país, además de desarrollar un sentido de pertenencia por nuestra naturaleza. Sin embargo, este plan de negocio trasciende más allá de las ofertas de productos textiles e integra el bienestar humano de la mujer en general, la cual busca abordar el empoderamiento femenino y el desarrollo de apoyos hacia la parte emocional y financiera de la comunidad femenina, posicionando esta herramienta como una transformación social que potencia la salud mental y la estabilidad de la mujer.

De esta forma, nuestro plan de negocio busca generar conciencia ambiental a través de la confección de prendas femeninas y con ello estar más cerca de la estabilidad emocional. Demostrando que un emprendimiento bien ejecutado puede unir la conciencia ambiental con la educación emocional y financiera, convirtiendo su idea en un negocio rentable a largo plazo.

## 2 Justificación

### 2.1 Situación encontrada

En la ciudad de Cúcuta, se evidencia que el área comercial en su gran mayoría es enfocada en el sector de la moda femenina, dando paso a un mercado que hasta la fecha se caracteriza por su alta demanda y sobre todo por los programas de apoyo emocional. El problema principalmente se centra en el comercio local, en el cual se prioriza solamente el consumo estético de la moda y de la belleza como punto exclusivamente mercantil, ignorando lo que muchas mujeres luchan en su día a día con respecto a su baja autoestima y al entorno que enfrentan por situaciones como la agresión, la falta de apoyo y las críticas de la sociedad.

De esta problemática se identifican algunos de los planteamientos principales que afectan el desarrollo de la mujer, donde hay cierta carencia de espacios que involucren la elegancia con la conciencia ecológica por medio de insumos como telas sostenibles. Para mitigar esta carencia, se ha proyectado una estructura de costos de producción de \$1,719,104, que prioriza el uso de telas de algodón orgánico en diversos colores por un valor de \$1,200,000, materiales derivados para el cuidado del ecosistema y la ayuda al medio ambiente. igualmente, en Cúcuta no existen modelos de negocios que ofrecen el apoyo en el desarrollo empresarial femenino, el autocuidado de la mujer y en las finanzas personales.

Esta situación se identifica como un problema de alto impacto para la mujer en el ámbito actual, debido a que el comercio tradicional impide que la sociedad femenina logre experimentar un ambiente sostenible donde ella se pueda sentir amada y respaldada, sin restringir su potencial profesional, expresivo y formativo. Para contrarrestar esto, la propuesta contempla un gasto administrativo mensual de \$4,700,000, que incluye una inversión de \$2,000,000 en marketing y

publicidad enfocada en el bienestar, obteniendo el mejor desarrollo personal para cada una de las mujeres en el entorno.

Esta situación se relaciona principalmente con el objeto de estudio, el cual conlleva a la creación del plan de negocio encanto femenino & belleza, una propuesta innovadora que requiere una inversión total de \$17,350,000, financiada mediante aportes propios de \$20,000,000. Esta base financiera busca combinar el comercio de ropa con el bienestar físico y mental, destinando \$2,800,000 mensuales al pago de salarios de personal inicial para garantizar una atención integral. Los elementos de estudio son representados principalmente por las mujeres de Cúcuta y una futura proyección nacional, siendo el objeto clave de la investigación, ya que el problema descrito afecta primordialmente la calidad de vida de las mujeres, donde no se apoya la capacidad de empoderamiento, la fortaleza personal y el desarrollo profesional. Para asegurar la transparencia y confianza, la empresa establece condiciones comerciales claras, donde el precio se define según costos de producción, se ofrece una garantía de dos meses con opción de cambio y se formaliza legalmente con una inversión de \$900,000 en registros y patentes.

## **2.2 Justificación**

Impulsadas por la necesidad de poder transformar la industria de la moda femenina en Cúcuta, el aprecio por el medio ambiente y el apoyo a las mujeres con baja autoestima personal y profesional, desde una perspectiva de conocimiento objetivo y realista, nace ENCANTO FEMENINO & BELLEZA, este proyecto se argumenta como una respuesta innovadora que va a cambiar el mercado tradicional femenino, al integrar prendas ecológicas y programas de formación que buscan herramientas técnicas para las mujeres y con ello se logre una estabilidad económica real.

Desde el ámbito didáctico y social, el proyecto promueve el impulso de fomentar un espacio en donde el empoderamiento femenino sea la base de todo y con ello lograr una ayuda al medio ambiente. Se identifica que la mujer actual desea un lugar para fortalecer la autoestima y amor en sí misma, permitiendo crear una proyección a futuro de su vida profesional y personal sin temor a ser juzgada, ofreciendo acompañamiento en la personalización de prendas y en la formación de cada una de las clientas. Este proyecto procede a actuar como una pieza clave en el cambio cultural que exalta a la mujer, ayudando a un ambiente más ameno donde se sienta amada y valorada.

Igualmente, la implementación de telas ecológicas y los procesos de las prendas da respuesta a la urgencia de proteger y ayudar al ecosistema. Enfocado en generar conciencia a la cultura cucuteña sobre el cuidado del planeta y el poder de demostrar que el estilo de la moda convencional no tiene que tener problemas con la responsabilidad ecológica.

Este tema se aborda lo más pronto posible para evitar consecuencias negativas en la comunidad femenina. ENCANTO FEMENINO & BELLEZA es un proyecto con alto impacto social que aspira a obtener un resultado positivo y sustentable en la industria textil contribuyendo al ecosistema y al público femenino en general.

Las industrias textiles al pasar de los años, aun aplican los mecanismos tradicionales para la elaboración de prendas de vestir, las cuales no se caracterizan por la innovación del mercado que son liderados por el cambio de la sostenibilidad y el bienestar de la comunidad. Es por ello que este plan de negocio ENCANTO FEMENINO & BELLEZA, no se presenta solo como un negocio, sino como un espacio necesario para el desarrollo social y ambiental.

### **3 Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Desarrollar un modelo de negocio para las mujeres de moda sostenible y personalizada, apoyo emocional, motivación y herramientas para fortalecer su autoestima, bienestar y desarrollo personal y profesional, promoviendo al mismo tiempo el cuidado del medio ambiente.

#### **3.2 Objetivos específicos**

Integrar la moda sostenible con el apoyo emocional, mediante la creación de un emprendimiento que inspire confianza, promueva el empoderamiento y fortalezca el bienestar de las mujeres.

Establecer los requerimientos técnicos y administrativos necesarios para garantizar el funcionamiento eficiente y sostenible de la idea de negocio, mediante la definición de procesos operativos, estructura organizativa y cumplimiento normativo.

Demostrar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios mediante la proyección de ingresos, costos, gasto e inversión inicial, garantizando la sostenibilidad del emprendimiento.

## 4 Marco Referencial

### 4.1 Marco teórico

El plan de negocio Encanto Femenino & Belleza, se fundamenta a partir del empoderamiento psicológico y técnico de la mujer, conllevando a la sostenibilidad ecológica del planeta. Desde este punto de vista del emprendimiento, se puede deducir que en el ámbito comercial de los negocios no solo son generadores de ingresos, sino que también se pueden convertir en una fuente de ayuda para la solución de los problemas presentados en la sociedad, los cuales son los que inspiran a obtener una visión más clara de lo que se quiere lograr a largo, mediano y corto plazo. Según lo abordado por *Vandana Shiva (1988)* desde la ecofeminismo, donde se reconoce a la mujer como un papel fundamental para la protección al ecosistema.

El proyecto toma ideas de un sujeto de estudio profesional y didáctico, el cual desea obtener un progreso en la autoestima de cada mujer a través de nuestro apoyo, es por ello que se enfoca en la teoría de *Jo Rowlands (1997)*, quien deduce que el empoderamiento no solo influye en el poder económico, sino en el proceso interno de cada uno, obteniendo autoestima para no caer de nuevo en la vulnerabilidad. En este sentido, observamos que el proyecto no se limita con sus herramientas educativas y formativas, que darán claridad a las mujeres para reforzar la identidad profesional que han dado por perdida.

La perspectiva ecológica y ambiental, como el uso de telas y materiales sostenibles para mejorar el ambiente, se caracteriza principalmente con el consumo y el buen manejo responsable de la sociedad, fomentando el apoyo a cuidar nuestro planeta. Según lo detalla *Kate Fletcher (2008)*, la cual manifiesta una desconexión que siempre antepone la calidad de la moda, siendo una herramienta de conciencia ambiental promoviendo la empatía de la moda con elegancia y ayuda al planeta.

## 4.2 Marco conceptual

En el presente marco conceptual se define la propuesta de Encanto Femenino & Belleza, en donde la veracidad del análisis técnico contribuye a su plan de negocio de manera más eficaz, permitiendo dar un impacto único en la ciudad de Cúcuta.

Moda sostenible: Según *Salanova (2019)* se define como una alternativa al modelo extractivista, donde el valor de la prenda reside en su durabilidad, el respeto por el medio ambiente y la transparencia en su fabricación. En referencia al plan de negocio Encanto Femenino & Belleza, se destaca un enfoque en la moda femenina actual, donde se garantiza la huella ecológica en cada una de las prendas fabricadas y en el suministro de sus condiciones laborales justas y favorables para la fabricación de las prendas.

Telas ecológicas: *Elena Salcedo (2014)* aclara la importancia de los insumos ecológicos, siendo fundamentales para el diseño y para el uso de la prenda biodegradable, detallando la vida útil de cada uno de los vestuarios. Encanto Femenino & Belleza obtiene la inspiración de crear sus prendas con base en la conexión con la naturaleza, siendo la fauna y el ecosistema lo primordial para la toma de decisiones en la fabricación de moda con telas ecológicas, buscando conectar con la mujer tradicional, haciéndolas sentir conectadas con la riqueza del medio ambiente.

Educación financiera: Se caracteriza por tener la capacidad de entender la funcionalidad del dinero y generar estabilidad económica. Según *Marianela Denegri (2010)*, la educación financiera es la forma en que se consigue libertad económica que permite a las mujeres obtener independencia laboral y profesional. Este pensamiento está en el propósito principal de Encanto Femenino & Belleza, ya que el proyecto abarca diversas ayudas hacia la mujer con apoyo

principalmente en la parte emocional y financiera, cumpliendo a si la idea de obtener un progreso con la comunidad femenina, desarrollando la libertad emocional y el desarrollo de una economía más independiente.

Inteligencia emocional: *Daniel Goleman (1998)*, abarca lo crucial que es la habilidad de manejar las emociones de forma inteligente para el emprendimiento. En nuestra opinión hemos notado muchas mujeres con poco desarrollo de inteligencia emocional, las cuales no saben manejar el estrés o la frustración a la derrota y es por ello que tiene poca habilidad para mantener la motivación de un negocio y en este caso es lo que el plan de negocio Encanto Femenino & Belleza, ve al momento de ayudar con las capacitaciones y lograr fomentar la gestión del proyecto, aportando un espacio donde puedan desarrollarse y crecer activamente.

En general, todos los conceptos juntos contribuyen al plan de negocio propuesto, en el cual se unen el impacto comercial, social y emocional, dando paso al desarrollo ambiental. Encanto Femenino & Belleza no desea ser solo un negocio común, solo quiere convertir la moda contemporánea en un entorno sostenible y biodegradable, en el cual se modifique la forma de enseñar y de aportar al ecosistema.

### **4.3 Marco legal**

El plan de negocio Encanto Femenino & Belleza, se rige conforme a la legislación Colombia vigente, implementando bajo primera instancia la sostenibilidad ambiental, el apoyo a las emocional y financiero.

Según lo anterior, se toma inicialmente la Ley 1257 de 2008, en donde dicta las normas de prevención para las diversas formas de violencia, reconociendo el derecho a la ayuda psicológica y al empoderamiento femenino. El proyecto se rige de igual manera bajo la Ley 2069

de 2020, la cual impulsa al progreso comercial de las empresas en Colombia y promoviendo principalmente los emprendimientos liderados por mujeres.

Por el lado de la sostenibilidad ambiental, comprende la iniciativa de la Estrategia Nacional de Economía Circular (2019) del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, el cual fomenta los productos de comercio sostenible y redacta el aprovechamiento de los recursos de la industria textil.

#### **4.4 Concepto de negocio**

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

###### **4.4.1.1 Segmento de clientes**

Nuestros productos y servicios son dirigidos para clientes conformados principalmente por mujeres residentes en la ciudad de san José de Cúcuta, entre las edades de 15 a 60 años, dando apoyo a mujeres jóvenes, maduras y profesionales, las cuales son conscientes de la sostenibilidad ambiental y del compromiso con el desarrollo emocional y financiero de cada una, promoviendo así la elegancia, la exclusividad en cada una de las prendas ecológicas y la ayuda potencial de su autoestima. Para finalizar, el plan de negocio contempla la posibilidad de obtener un apoyo por parte de marcas centralizadas y reconocidas que ayuden a promover los espacios y las ventas de prendas, fabricadas con telas ecológicas.

###### **4.4.1.2 Propuesta de valor**

Brindar diseños personalizados de ropa femenina que integren la moda sostenible con el estilo y la elegancia de cada una de las clientas, el componente genuino consiste en vender prendas de vestir interiores y exteriores confeccionados por talleres satélites exclusivos,

garantizando la calidad del producto, recordando la vida útil de cada prenda e impactar en el área comercial.

Igualmente se ofrecen servicios de experiencia de ayuda personal donde se maneje una ruta de empoderamiento, incluyendo talleres donde se maneje el apoyo emocional, amor propio y educación financiera. Encanto Femenino & Belleza ofrece productos y servicios ayudando al impacto social y brindar fortalecimiento en la salud mental.

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

Diseños de prendas interiores y exteriores personalizados con la implementación del uso de las telas ecológicas.

Capacitaciones del valor agregado como mujer, el aumento de autoestima y apoyo a sí misma en un área comfortable.

Micro capacitaciones de apoyo en finanzas personales, desde la perspectiva contable y administrativa.

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

Físico: Prendas personalizadas, elaboradas en telas 100% ecológicas con alta resistencia al lavado y exclusivas.

Funcionales: Diseños únicos, elegantes y frescos para cualquier ocasión, adecuados para todo tipo de cuerpo.

Psicológicos: Las prendas generan conciencia ambiental y apoyo al planeta, dejando como atributo principal el empoderamiento emocional, profesional y financiero.

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

Tienda online (página web)

Contribución activa en ferias de emprendimiento de la cámara de comercio, alcaldías u otras entidades.

Redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp y publicidad paga para conectar con clientes potenciales.

#### ***4.4.1.4 Relacionamento con el cliente***

Asesoría con talleres de empoderamiento femenino y crecimiento profesional en la sociedad.

Comunicación y empatía asertiva con cada una de los clientes para evitar algún desacuerdo con los servicios y productos vendidos.

Seguimiento de ventas postventa para conocer la satisfacción con la prenda y del servicio prestado.

#### ***4.4.1.5 Recursos claves requeridos***

Capital inicial para empezar el proyecto.

Talleres satélites creativos especializados en la confección de prendas de vestir.

Proveedores comprometidos con el despacho de la materia prima.

Trabajadores sociales para liderar los talleres.

Plataformas creadas en redes sociales para la socialización del proyecto.

#### ***4.4.1.6 Actividades claves requeridas***

Gestión y compras de las telas biodegradables con estricta revisión de calidad.

Diseño con patrones adaptados según la necesidad del cliente.

Ejecución de las capacitaciones de apoyo emocional y financiero.

Consolidación de la marca y el objetivo principal en la ciudad.

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

Proveedores de telas ecológicas.

Alianzas con entidades que apoyen el empoderamiento de las mujeres.

Convenios con el SENA y su centro de manufactura en textiles.

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

Venta directa de ropa para mujeres.

Participación en feria de emprendimiento.

Capacitaciones para mujeres en proceso de apoyo.

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

Compra de materiales textiles ecológicos.

Mano de obra ejercida por talleres satélites.

Gastos de distribución de la mercancía.

Implementación y desarrollo de las capacitaciones.

***4.4.2 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios***

Figura 1. Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.



### Elaboración propia

**Nota:** Es un modelo de negocio de moda ecológica. Su propuesta de valor ofrece prendas exclusivas y sostenibles acompañado a los talleres de bienestar, dirigido a personas de 15 a 60 años con conciencia ambiental. La comercializadora se realiza mediante canales digitales y físicos.

#### 4.4.3 Población

La población del estudio del proyecto está compuesta por 40 mujeres que viven en la ciudad de San José de Cúcuta, residentes en los barrios Cundinamarca y San Miguel, con edades entre 15 y 60 años, que compran regularmente ropa para uso casual y profesional. Esta población representa a las potenciales clientas del emprendimiento, ya que refleja el perfil de consumidoras interesadas en la moda sostenible y en fortalecer su autoestima y bienestar general.

#### **4.4.4 Muestra**

Debido a la investigación cualitativa realizada, se determinó una muestra por conveniencia a un grupo de 40 mujeres representativas de distintos contextos sociales y económicos, residentes en la ciudad de Cúcuta, de los barrios Cundinamarca y San Miguel de estratos económicos.

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

Se implementó una encuesta estructurada como herramienta principal para realizar la recolección de datos e información necesarios para una investigación profunda, en la cual obtuvimos datos de carácter mixto. La técnica se materializa en un cuestionario digital diseñado en Google forms, constando de preguntas concretas para la obtención de factores determinantes.

Encuesta:

Sección 1: Datos sociodemográficos

1. Edad:

- 15 - 30 años
- 31 - 50 años
- 51 - 60 años

2. Estado civil:

- Soltera
- Casada/Unión libre
- Divorciada
- Viuda

3. Nivel educativo:

Básico

- Bachillerato
- Técnico/Tecnológico
- Universitario
- Posgrado

4. Ocupación principal:

- Estudiante
- Empleada
- Independiente
- Hogar

Sección 2: Hábitos de consumos de moda

5. ¿Con que frecuencia compra ropa?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Ocasional

6. ¿Qué factores influyen más en su decisión de compra?

- Precio
- Calidad
- Diseño/Estilo
- Marca
- Sostenibilidad ambiental

7. ¿Estaría dispuesta a pagar más por prendas elaboradas con telas ecológicas?

- Si
- No
- Depende del precio

### Sección 3: Moda sostenible y conciencia ambiental

8. ¿Conoce el concepto de moda sostenible?

- Si
- No

9. ¿Qué importancia le da al cuidado del medio ambiente al comprar ropa?

- Muy importante
- Importante
- Medianamente importante
- Poco importante
- Nada importante

10. ¿Qué tipo de prendas ecológicas le interesarían más?

- Casual
- Formal
- Lencería
- Accesorios

11. ¿Participaría en talleres de autoestima, empoderamiento femenino o educación financiera?

- Si
- No

- Tal vez

12. ¿Qué temas le interesan más?

- Autoestima y amor propio
- Emprendimiento y finanzas personales
- Inteligencia emocional
- Liderazgo femenino

13. ¿Preferiría que estos talleres fueran?

- Presenciales
- Virtuales
- Mixtos

Sección 5: Opinión general

14. ¿Qué valoraría más de Encanto Femenino & Belleza?

- Prendas personalizadas y ecológicas
- Talleres de empoderamiento
- Apoyo emocional y financiero
- Todo lo anterior

#### **4.5 Alcances y limitaciones**

El alcance del proyecto es un poco más descriptivo y exploratorio, ya que caracteriza las preferencias del mercado femenino local y con ello se puede obtener una evaluación de aceptación hacia el proyecto.

Los resultados que se obtuvieron de la encuesta se implementaron para estructurar el estudio del mercado y lograr orientar las decisiones en temas financieros, comerciales y técnicas del emprendimiento.

Las limitaciones presentadas en el estudio fueron las siguientes:

El enfoque y el tamaño de la muestra seleccionada, ya que no se pudo realizar la generalización de la estadística aplicable.

La falta de internet al momento de aplicar la encuesta por lo que muchas personas no tienen acceso al servicio.

Aunque se encontraron estas limitaciones en el momento de la investigación, la información obtenida es completa y suficiente con lo que se quiere lograr en el proyecto, permitiendo diseñar una estrategia de diseño del plan de negocio.

## **5 Módulo de mercado**

### **5.1 Investigación de mercado**

La industria de la moda femenina en Cúcuta está en constante cambio las mujeres no solo buscan una prenda bonita, sino ropa que las haga sentir auténticas, seguras y elegantes, mientras cuidan su autoestima y protegen el medio ambiente.

De esta necesidad surge Encanto Femenino & Belleza, un marca que fusiona la moda sostenible, con un espacio integral de apoyo emocional y financiero. La encuesta esta aplicada para 40 mujeres con diferentes edades y con esto confirma esta visión donde la mayoría compra ropa con frecuencia mensual o trimestral, aprecia la calidad y el diseño, y muchas personas están dispuestas a pagar más por prendas ecológicas si el precio es justo.

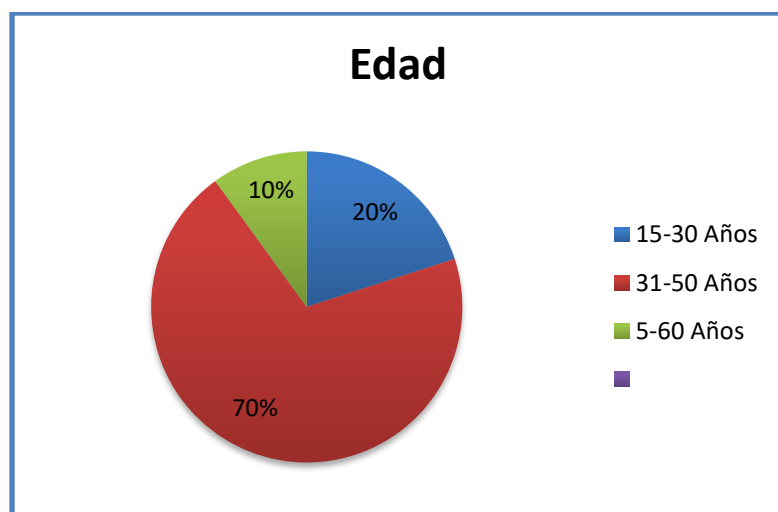
#### **5.1.1 *Análisis del mercado***

Las ofertas típicas del mercado de la moda en Cúcuta son bastante tradicionales; sin embargo, las mujeres buscan una experiencia más satisfactoria: prendas que digan exactamente

quiénes son, ofrezcan seguridad y protejan el medio ambiente. La mayoría de las clientas son mujeres trabajadoras, algunas con formación académica, que son consumidoras conscientes cuyos hijos y responsabilidades laborales sienten que deben equilibrar con el cuidado de su respeto propio y la expresión de su personalidad. De este contexto surgió la oportunidad de Encanto Femenino & Belleza, que proporciona no solo moda sostenible, sino también apoyo emocional y financiero para satisfacer las necesidades concretas y humanas de las mujeres en el área específica.

Nuestras respuestas de la encuesta han revelado que:

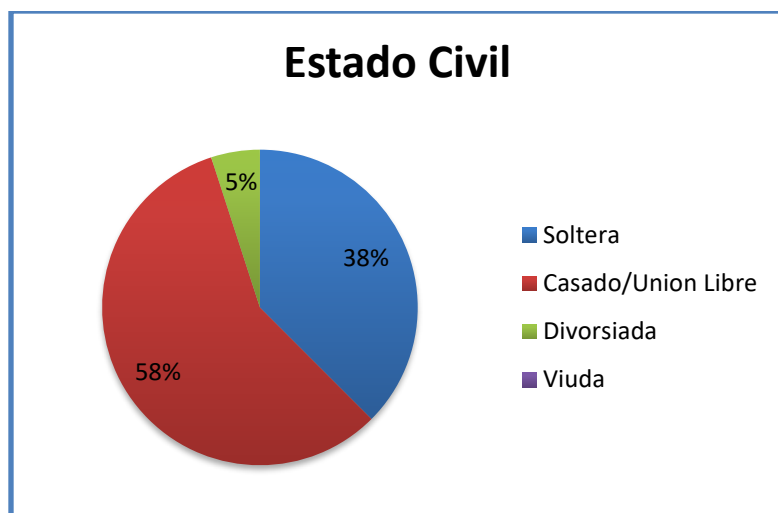
Figura 2. Encuesta Edad de las encuestadas.



Elaboración Propia

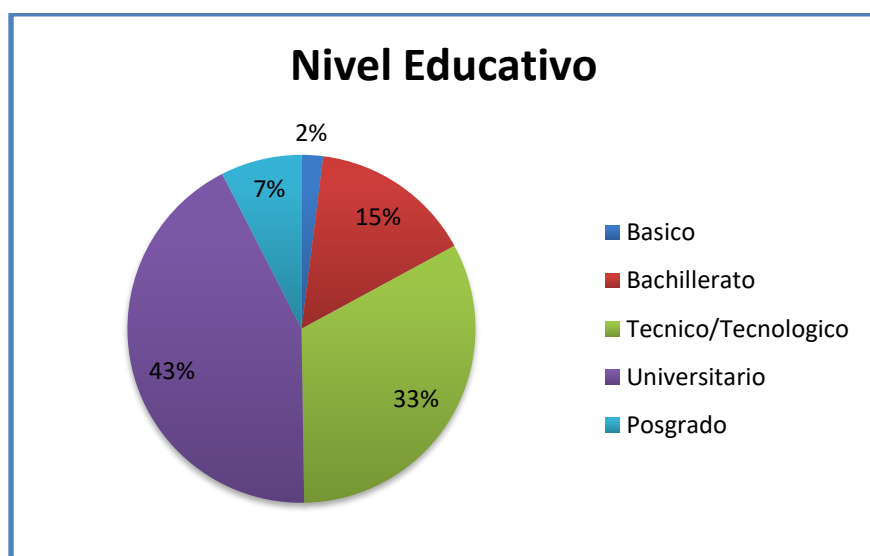
NOTA: El 70% de las personas encuestadas tienen entre 31 y 50 años, el 20% de jóvenes entre 15 y 30 años, y el restante 10% tienen edades entre 5 y 60 años, lo que representa el segmento minoritario de las personas encuestadas, el predominio se caracterizó entre el grupo de edad adulta entre 31 y 50 años.

Figura 3 Encuesta estado civil de las encuestadas.



Elaboración Propia. NOTA: El 57.5% de las encuestadas están bajo la categoría de casadas o en unión libre, el 37.5% de la muestra representan las personas solteras y el 5% son la muestra minoritaria de las personas divorciadas.

Figura 4 Encuesta nivel educativo de las encuestadas.

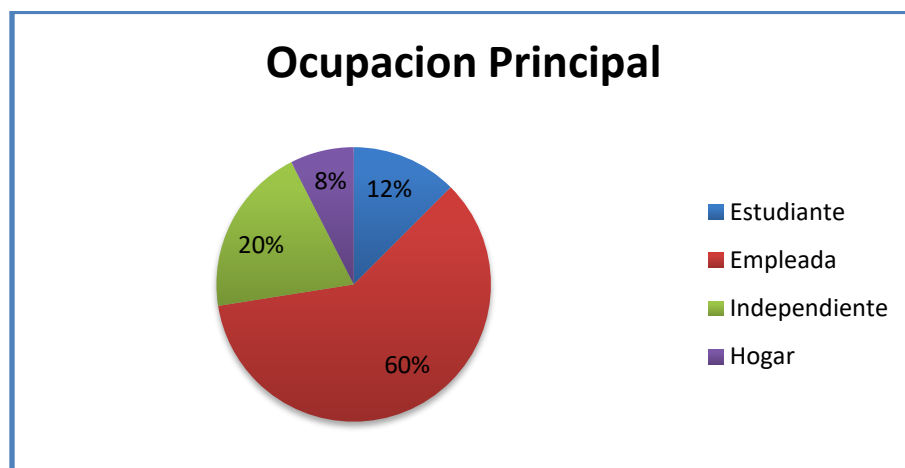


Elaboración Propia

**NOTA:** El 42.5% su nivel educativo más alto es profesional, posicionándose como el grupo mayoritario y le sigue el 32.5% con formación de técnico o tecnológico, por e otro lado el

15% Bachiller, mientras se representa el 7.5% posgrado y el 2.5% básico como porcentajes minoristas.

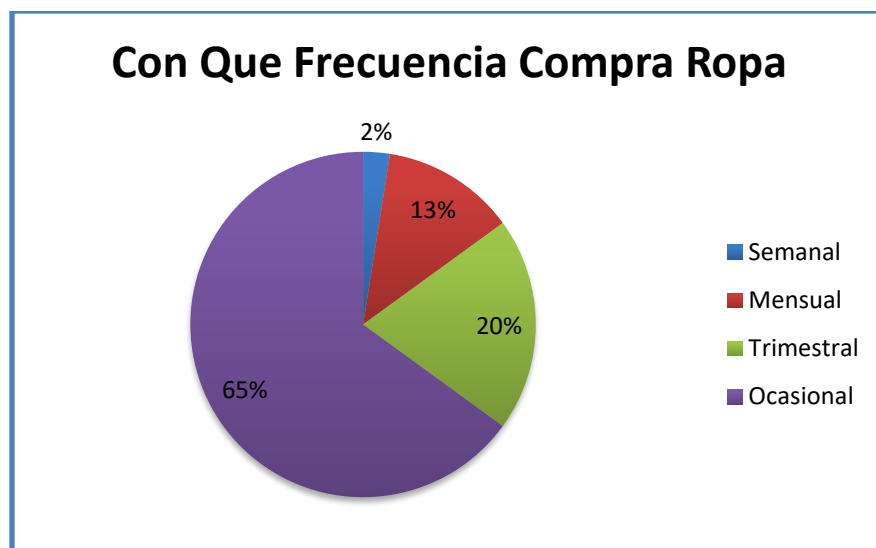
Figura 5 Encuesta ocupación principal de las encuestadas.



Elaboración Propia

NOTA: El 60 % se desempeña su ocupación principal como empleados, el 20% de la muestra ejerce labores como independientes, el 12.5% abarcan a los estudiantes, el 7.5% se dedican al hogar y representa la minoría de la muestra.

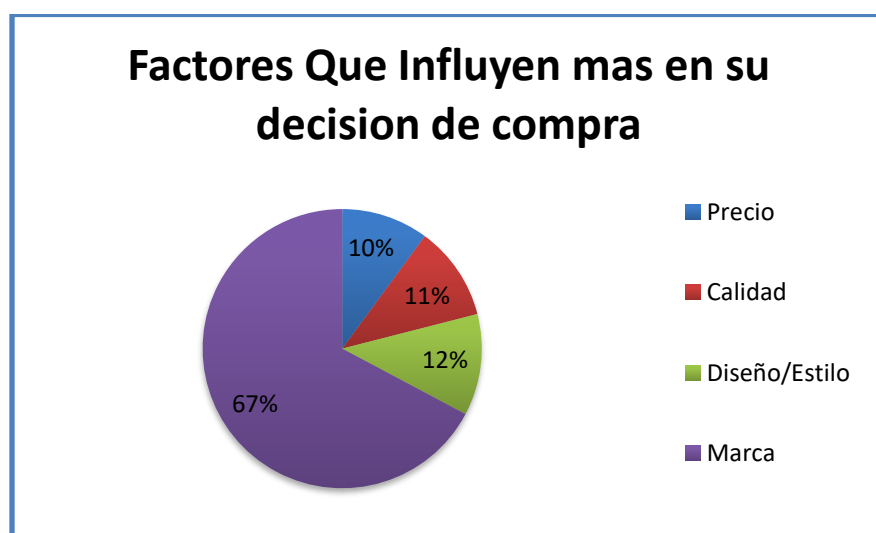
Figura 6 Encuesta con qué frecuencia compra ropa las encuestadas.



Elaboración Propia

NOTA: El 65% de las encuestadas compran ropa de manera ocasional, el 20% adquieren prendas de forma trimestral, el 12.5% de la muestra lo realizan con frecuencia mensual y el 2.5% representa la minoría semanal.

Figura 7 Encuesta factores que influyen en su decisión de compra de las encuestadas.



Elaboración Propia

NOTA: La gran mayoría de las encuestadas, representando el 67% de la marca que influyen en la decisión. El diseño/estilo influye en un 12%, la calidad en un 11% y el precio en un 10%. Estos resultados sugieren que, para este grupo específico, el prestigio o la identidad asociada a una marca tiene un peso significativamente mayor al momento de adquirir un producto.

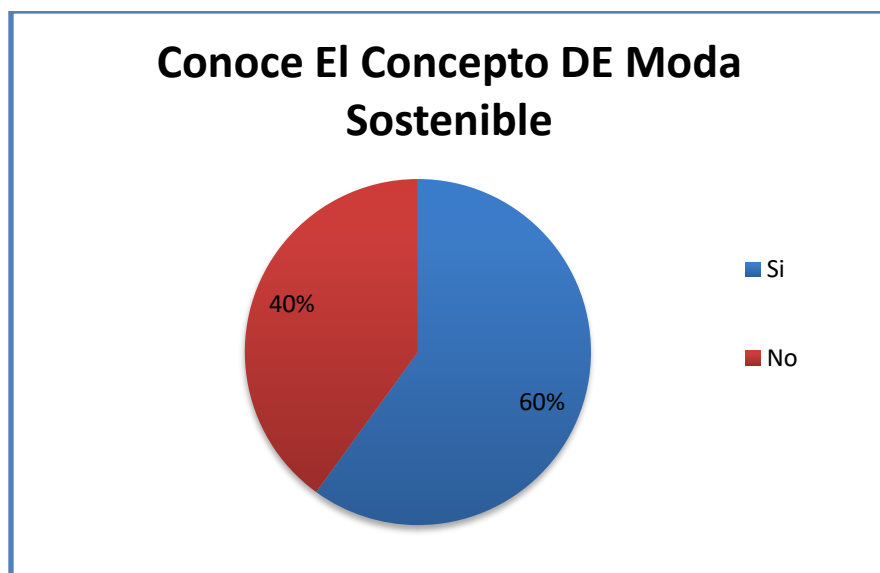
Figura 8 Encuesta estaría dispuesto a pagar más por prendas elaboradas con telas ecológicas



Elaboración Propia

NOTA: El 70% de la muestra depende del precio estarían dispuesto a pagar por prendas en telas ecológicas y por el otro lado el 30% si estuviesen dispuesto a pagar por prendas en telas ecológicas.

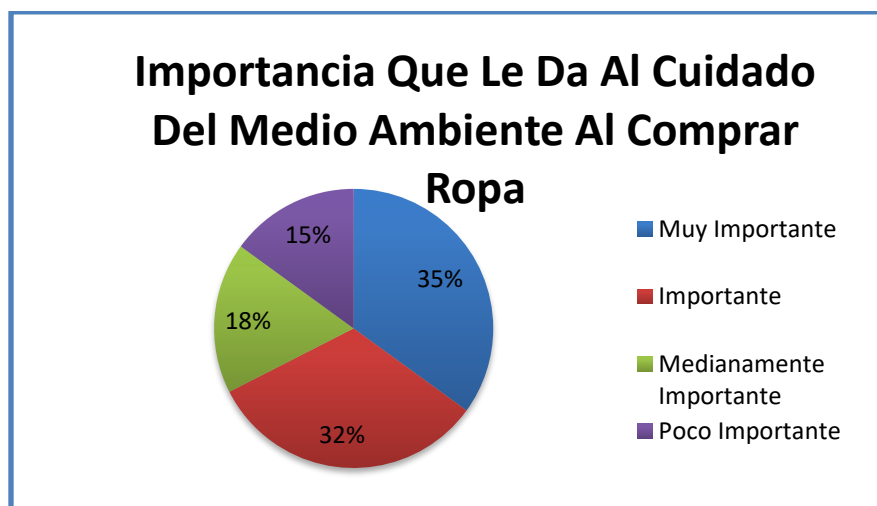
Figura 9 Encuesta conocen el concepto de moda sostenible



Elaboración Propia

NOTA: El 60% de las personas encuestadas si conoce el concepto de moda sostenible mientras el 40% manifiesta que aún no conoce el concepto.

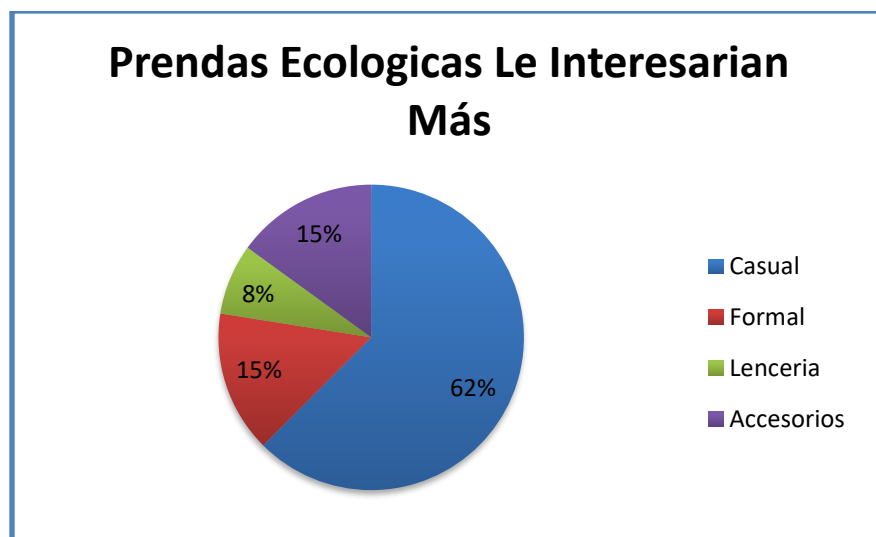
Figura 10 Encuesta importancia que le da al cuidado del medio ambiente al comprar ropa



Elaboración Propia

NOTA: El 35% de la encuestadas lo califican como muy importante el cuidado del medio ambiente al comprar ropa, el 32.5% lo califica como importante, 17.5% lo percibe como medianamente importante, mientras el restante 15% le otorga poco importante.

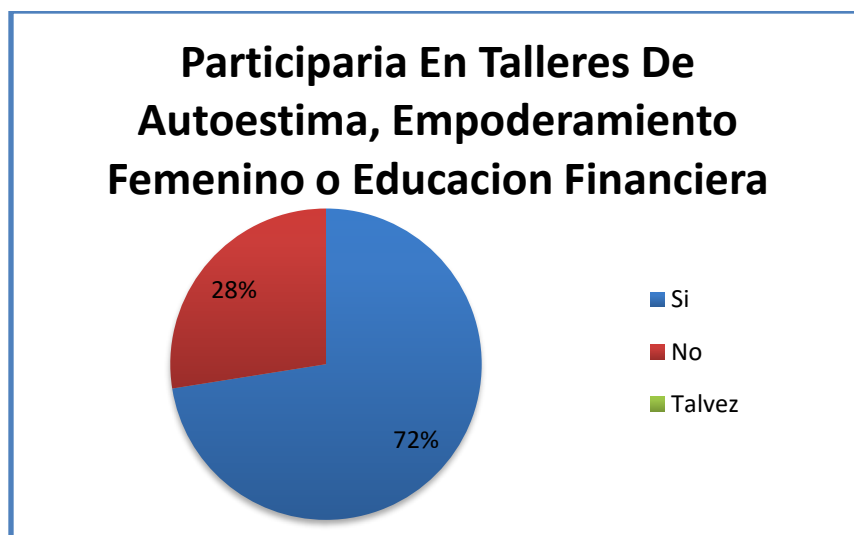
Figura 11 Encuesta prendas ecológicas le interesan más



Elaboración Propia

NOTA: El 62.5% las encuestadas prefieren las prendas ecológicas casuales. Mientras que el 15% muestran interés por las prendas de vestir formal. El otro 15% por los accesorios, 7.5% que el porcentaje minoritario se inclina por lencería

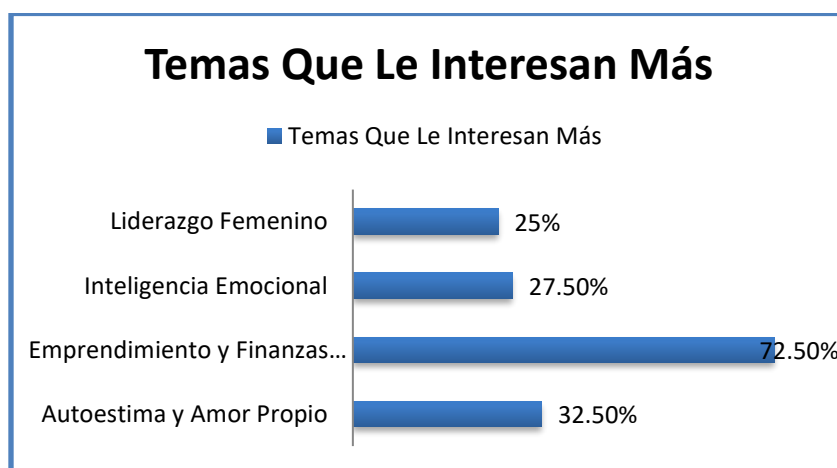
Figura 12 Encuesta talleres de autoestima, empoderamiento femenino o educación financiera



Elaboración Propia

NOTA: El 72.5% las encuestadas afirman si participarían en talleres. Por otro lado un 27.5% de la muestra manifestó que no lo harían.

Figura 13 Encuesta temas le interesan más para realizar talleres

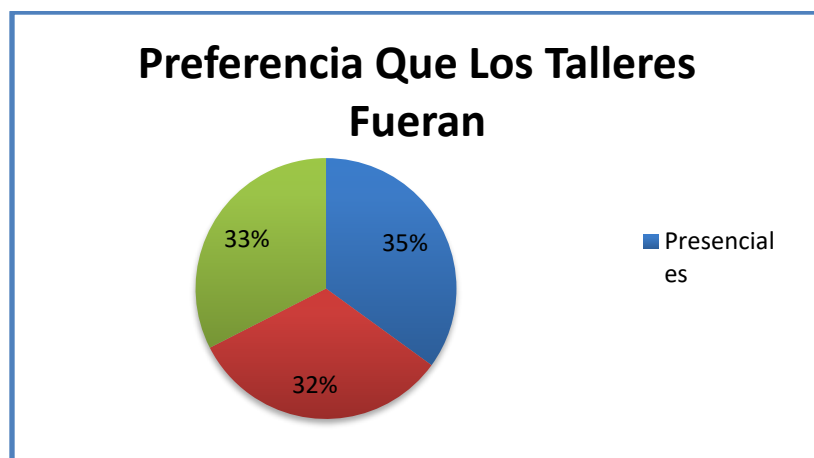


Elaboración Propia

NOTA: Analizando la gráfica observamos que el tema de capacitación que más le interesa es de emprendimiento y finanzas personales, el segundo con mas porcentaje es de

autoestima y amor propio, el tercero con buen porcentaje es el de inteligencia emocional y el último que es el minoritario es el de liderazgo femenino.

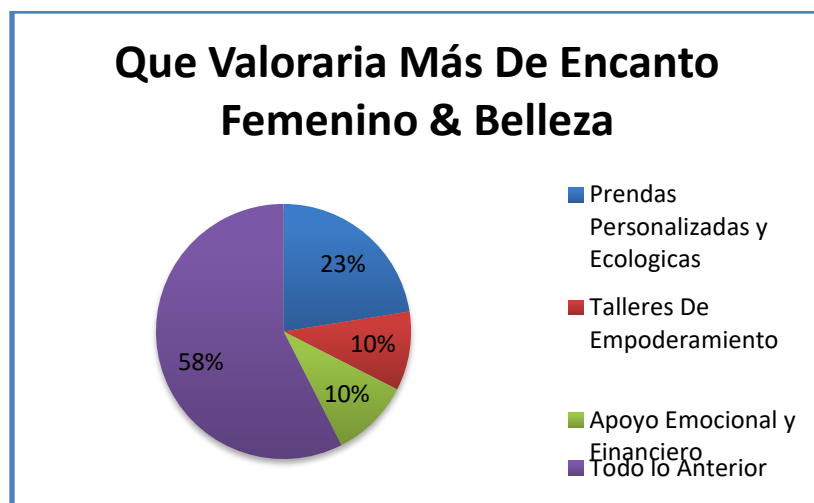
Figura 14 Encuesta prefieren que los talleres fueran



Elaboración Propia

NOTA: El 35% son los que prefieren los talleres fueran presenciales, seguida muy cerca por la modalidad de talleres mixtos con un 32.5% mixtos y finalmente el 32.5% de las participantes preferiría la virtual. Esto significa que no hay un formato dominante, lo que sugiere la importancia de ofrecer formatos para la satisfacción de la necesidad de las interesadas.

Figura 15 Encuesta que valoraría más de Encanto Femenino & Belleza



Elaboración Propia

NOTA: Se revela un fuerte interés por la propuesta de valor. La mayoría correspondiente a un 58%, manifestó que valoraría todo lo anterior, la cual engloba la oferta de productos sostenibles como componente de apoyo social.

### 5.1.2 *Identificación del cliente*

Las clientas de Encanto Femenino & Belleza son mujeres de Cúcuta entre los 15 y 60 años, que en medio de sus responsabilidades familiares, laborales y personales buscan algo más que ropa: desean prendas que reflejen su autenticidad, les den seguridad y las conecten con el cuidado del planeta. Son jóvenes que construyen su identidad, madres que equilibran hogar y trabajo, profesionales que quieren proyectar elegancia y mujeres maduras que valoran el autocuidado.

Más allá de la moda, necesitan espacios donde se les recuerde que su autoestima importa, que su voz tiene valor y que su independencia financiera es posible. Por eso, este emprendimiento no solo les ofrece ropa sostenible y personalizada, sino también experiencias de empoderamiento y acompañamiento que las inspiran a transformar su vida.

### **5.1.3 *Buyer person***

Nombre: Carolina, mujer auténtica y consciente”

Edad: 38 años

Estado civil: Casada, con dos hijos adolescentes

Nivel educativo: Profesional en administración de empresas

Ocupación: Empleada en una entidad financiera, con ingresos estables

Estilo de vida: Vive en Cúcuta, combina su rol laboral con el cuidado de su familia. Le gusta sentirse elegante y segura en su día a día, pero también busca comodidad y autenticidad en lo que viste.

#### **MOTIVACIONES**

Quiere proyectar una imagen profesional y femenina, sin perder su esencia.

Desea cuidar el medio ambiente y enseñar a sus hijos hábitos responsables.

Busca espacios donde pueda fortalecer su autoestima y aprender sobre finanzas personales para lograr mayor independencia.

#### **NECESIDADES**

Prendas ecológicas y personalizadas que reflejen su estilo único.

Talleres de empoderamiento y autocuidado que le ayuden a equilibrar su vida personal y laboral.

Asesoría en educación financiera para manejar mejor sus ingresos y planear su futuro.

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

Encanto Femenino & Belleza, las necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor se centran en dos grandes dimensiones: la moda sostenible y el bienestar integral de la mujer. Las mujeres de Cúcuta buscan más que una prenda bonita; desean ropa que refleje su

identidad, les dé seguridad y que sea responsable con el medio ambiente. Al mismo tiempo, requieren espacios de apoyo emocional y financiero que fortalezcan su autoestima y su independencia.

Las necesidades identificadas son:

Moda sostenible y personalizada:

- Prendas exclusivas elaboradas con telas ecológicas y biodegradables.
- Diseños que resalten la elegancia y autenticidad de cada mujer.
- Opciones que permitan sentirse seguras y proyectar su estilo único.

Apoyo emocional y social:

- Talleres de autoestima, empoderamiento femenino y amor propio.
- Espacios de acompañamiento para enfrentar críticas sociales, agresiones o baja

valoración personal.

- Generar un ambiente donde la mujer se sienta respaldada y valorada

Educación financiera y profesional

- Micro capacitaciones en finanzas personales y emprendimiento.
- Herramientas para lograr independencia económica y estabilidad laboral.
- Motivación para proyectar una vida profesional sin temor a ser juzgada.

## **5.2 Análisis de competencia**

COMPETENCIA DIRECTA

Son los negocios que ofrecen moda femenina apuntando al mismo público:

Boutiques locales en el centro y centros comerciales como Ventura Plaza, que venden ropa convencional

Emprendimientos cucuteños de ropa personalizada, aunque sin enfoque ecológico ni acompañamiento emocional.

Diferencia: Encanto Femenino & Belleza se posiciona con moda sostenible y talleres de empoderamiento, algo que estas marcas no ofrecen.

### COMPETENCIA INDIRECTA

Negocios que no venden exactamente lo mismo, pero que captan la atención del mismo segmento femenino:

Tiendas de fast fashion (Koj, Studio F, Arturo Calle Mujer) presentes en Cúcuta, con precios competitivos y moda rápida.

Fundaciones y ONG locales que ofrecen talleres de autoestima, emprendimiento y apoyo emocional, pero sin integrar moda.

Marcas nacionales de moda sostenible con venta online que llegan a Cúcuta (Armadillo, Siento Cúcuta, entre otras).

Diferencia: aunque ofrecen moda o talleres, no combinan ambos en un mismo modelo de negocio.

### PRODUCTOS SUSTITUTOS

Opciones que las clientas pueden elegir en lugar de los productos de Encanto Femenino & Belleza:

Ropa de segunda mano en mercados locales y ferias de trueque.

Prendas convencionales de bajo costo en almacenes como Éxito, Olímpica o tiendas de barrio.

Cursos gratuitos en redes sociales sobre autoestima, finanzas personales o moda DIY.

Cosméticos genéricos disponibles en supermercados y farmacias.

Diferencia: sustituyen la necesidad estética o emocional, pero sin el valor agregado de sostenibilidad y acompañamiento integral.

La competencia directa se centra en moda y belleza tradicional, la indirecta en talleres o moda rápida, y los sustitutos en opciones económicas o gratuitas. La ventaja competitiva de Encanto Femenino & Belleza está en fusionar moda ecológica con apoyo emocional y financiero, un espacio integral que ninguna otra propuesta local ofrece.

### **5.3 Marketing Mix**

El proyecto Encanto Femenino & Belleza busca ofrecer algo más que solo ropa se trata de una experiencia integral donde la moda sostenible se convierte en un vehículo de empoderamiento y bienestar. Los productos no son prendas ordinarias, sino piezas únicas hechas con telas sostenibles que transmiten elegancia, frescura y autenticidad, acompañadas de talleres que fortalecen la autoestima, el amor propio y la independencia financiera de las mujeres de Cúcuta.

El precio se establece de manera justa y consciente, equilibrando la calidad de las telas biodegradables y el valor añadido de la personalización con la realidad económica de la ciudad. No se trata de competir por ser los más baratos, sino de demostrar que invertir en moda sostenible y crecimiento personal es una decisión que vale la pena.

La distribución se centra en llegar a las mujeres allí donde están: una tienda online accesible desde cualquier dispositivo, presencia activa en redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, participación en ferias de emprendimiento locales y alianzas con entidades que promueven el empoderamiento femenino. La idea es que cada mujer pueda acceder fácilmente a los productos y servicios, sintiéndose acompañada en cada paso.

La promoción se construye desde la emoción y la conexión humana. Más que campañas publicitarias, el objetivo es contar historias de mujeres que han transformado sus vidas a través de la moda sostenible y los talleres de apoyo. Las redes sociales serán un espacio para inspirar, educar y crear comunidad, mientras que los eventos presenciales permitirán experimentar la experiencia de manera cercana y auténtica. El mensaje central es claro: cada prenda y cada taller es una oportunidad para cuidar el planeta y, al mismo tiempo, cuidarse a sí mismas.

#### **5.4 Tendencias del mercado**

La industria de la moda femenina en Cúcuta está experimentando una transformación que abarca tanto cambios globales como tendencias locales. Las mujeres en el mundo actual no solo buscan ropa bonita y prendas baratas, sino que exigen ropa que las haga sentir reales, seguras y elegantes, y que también tenga ese significado de autocuidado y respeto al medio ambiente. Este enfoque hacia una moda consciente está vinculado a un creciente interés por la sostenibilidad, ya que los consumidores se han vuelto más conscientes del uso ambiental de los materiales y están dispuestos a pagar más por artículos si valoran la calidad y el significado en un producto.

Al mismo tiempo, las mujeres quieren ropa que, según una tendencia en el diseño de vestuario, hable de ellas, se adapte a su estilo de vida y simbolice su identidad. Esto abre la puerta a conceptos como Encanto Femenino & Belleza, que ofrecen ropa fabricada de manera sostenible y la vinculan con talleres de empoderamiento y educación financiera, respondiendo a una necesidad emocional y social que los mercados tradicionales aún no han satisfecho.

Otra tendencia obvia es la de las compras en la era digital. Las redes sociales e internet son ahora los modos predominantes de compra e inspiración, especialmente en una ciudad joven y bulliciosa como Cúcuta. Las mujeres se adhieren a marcas que defienden valores, comparten historias y las integran con una comunidad. Como resultado, la mezcla promocional debe

centrarse en involucrar y crear vínculos emocionales, mostrando que cada prenda de vestir y taller es una oportunidad para crecer, cuidar el planeta y promover la confianza personal. Y por último, el mercado de Cúcuta refleja el de un consumo con propósito: las mujeres quieren proyectos que las representen, promuevan su crecimiento personal y les den un sentido de ser parte de un cambio de naturaleza social. Esta tendencia es donde Encanto Femenino & Belleza entra como una marca innovadora en estilo, sostenibilidad y empoderamiento, no es solo otro retro, sino un producto creado como respuesta a las demandas de los consumidores modernos.

## **6 Modulo Técnico u operación**

### **6.1 Descripción del Proceso**

Desde el inicio de la producción, Encanto Femenino & Belleza asegura que sus telas sean tanto ecológicas como biodegradables, por lo que la calidad, la durabilidad y el medio ambiente se tienen en cuenta durante todo el proceso de creación de una prenda. Basándose en la materia prima asegurada, se diseñan patrones para clientes individuales según sus requisitos y preferencias, lo que resulta en piezas personalizadas, elegantes y adaptadas al cuerpo.

La producción se realiza en talleres satélite que integran técnicas de costura tradicionales con un diseño sostenible en el corazón. La prenda se somete a un proceso de control de calidad para asegurar acabados, resistencia al lavado y comodidad, reflejando que su estilo final se ajusta al énfasis de la marca en la exclusividad y productos duraderos.

Mientras tanto, se formulan servicios complementarios: talleres sobre autoestima, empoderamiento femenino y educación financiera. A las mujeres en esta red se les brindan muchas estructuras de apoyo, como reuniones en línea y presenciales, en las que están presentes especialistas en trabajo social y finanzas para ayudar a las mujeres participantes en su conjunto.

El proceso culmina en la comercialización de la ropa a través de la tienda en línea, redes sociales y ferias de emprendimiento local donde, además de vender los productos, se promueve la filosofía de la moda sostenible y se fortalece la comunidad femenina. Se realiza un seguimiento post-entrega para conocer el grado de satisfacción de los clientes y mantener una relación que se extienda más allá de la compra.

### **6.1.1 *Innovación en proceso y producto***

Encanto y Belleza Femenina es innovador ya que se aplica a lo largo de todo el proceso y en la esencia del producto. No se trata solo de hacer ropa, sino de convertir la moda en una experiencia que combina sostenibilidad, autenticidad y bienestar femenino. Desde el principio, hay una selección de materiales biodegradables y ecológicos para garantizar calidad y duración junto con un mensaje que respeta el planeta. Están diseñados para la mujer Cucuteña; con su estilo de vida, su cuerpo y su identidad como principal inspiración, transformando cada prenda en un símbolo de elegancia y empoderamiento. También hay innovación en la producción: talleres satélite especializados fusionan procesos artesanales con nuevas propuestas de moda sostenible, creando piezas exclusivas que no se encuentran en el mercado convencional.

El verdadero factor diferenciador es más que el artículo: la etiqueta ofrece talleres sobre autoestima, empoderamiento y educación financiera para construir un escenario integral donde la moda sirve como facilitador del avance individual y social. Así, Encanto y Belleza Femenina se destaca no solo porque no vende simplemente ropa, sino porque proporciona un estilo de vida consciente, donde cada prenda tiene un propósito y cada servicio fomenta que las mujeres se sientan fuertes e independientes. La combinación de moda sostenible junto con apoyo emocional y capacitación financiera es la característica más distintiva que lleva a este proyecto a ser una propuesta innovadora y transformadora para la ciudad de Cúcuta.

## 6.1.2 Ficha Técnica del Producto

Figura 16 ficha técnica del producto

### FICHA TÉCNICA

**Información General**

Nombre del Producto:	Camiseta Vive Sueña Inspira
Categoría:	MUJERES
Talla:	S, M, L, XL

**Descripción**

Camiseta morada de algodón orgánico con la frase **"Vive Sueña Inspira"** en tipografía blanca. Corte clasico, comodo y motivacional, ideal para uso diario.

**Tela**



Algodón Orgánico + Elastano

**Estampado / Bordado**



- Estampado Ecológico
- Terico - Vive Sueña Inspira<sup>®</sup> cñodor blanca

**Confección**

Costura Overlock y Dobloaillo Doble




A      B

**Medidas Aprox. (cm)**

Talla	Pecho (A)	Largo (B)
S	48	64
M	50	66
L	53	68
XL	55	70

**Proveedor**

- Telas: Lafayette
- Estampado: Estampos Palanda
- Accesorios: Ms.costuritas



Orgánico



Calidad



Inspiración

Elaboración Propia

Nota: La ficha técnica sirve como especificación operativa, en la cual especificamos las medidas, el color y todo el material utilizado para nuestra camisa vive, sueña, inspira.

Figura 17 ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA	
<b>Información General</b>	
Nombre del Producto:	Conjunto Alto del Quinde
Categoría:	MUJERES
Talla:	+12
<b>Descripción</b>	
<p>Conjunto de dos piezas con camisa sin mangas de color crema, elástico decorativo y bordado floral de girasoles. Short rosado con elástico decorativo en cintura y debajo de las piernas, detalles bordados de girasol.</p>	
	
<b>Tela</b>	<b>Estampado / Bordado</b>
	 Bordado de girasol
<b>Confección</b>	
Costura de overlock y dobladillo doble	
<b>Medidas</b>	
Camisa: Largo:	Short:
• Largo 60 cm	• Largo: 37 cm
• Ancho pecho: 50 cm	• Ancho cintura: 42 cm
<b>Proveedor</b>	
Telas:Lafayette	
Estampa:Estampdos Palanda	
Accesorios:Ms.costuritas	
<b>Proveedor</b>	
Telas:Lafayette	
Estampa:Estampdos Palanda	
<b>Medidas</b>	
Camisa:	60 cm
Ancho pecho:	50 cm
Short:	37 cm
Ancho cintura:	42 cm

Elaboración Propia

Nota: La ficha técnica se mantiene con la misma estructura, pero la adaptamos a una prenda de dos piezas en donde se detallo las medidas, el proveedor y la descripción de la prenda.

Figura 18 ficha técnica del producto

## FICHA TÉCNICA

### Información General

Nombre del Producto: Conjunto "Despierta con Amor"

Categoría: MUJERES

Tallas: S - M - L - XL

Foto del Producto



Imagen del Producto

Foto de Modelo



Imagen de Modelo

### Descripción:

Camisón amarillo con la frase "Despierta con Amor" y sol bordado. Prenda fresca y cómoda, perfecta para uso nocturno o descansar con energía positiva.

### Materiales:

- 100% Viscosa Ecológica
- 35% Poliéster reciclado

### Estampado / Bordado:



Sol y frase "Despierta con Amor"

### Medidas y Confección

#### Medidas:

- Largo: 85 cm
- Ancho: 48 cm

### Valor Agregado:

- Moda sostenible y ecológica
- Mensaje positivo
- Confort y bienestar

### Confección:

- Costura reforzada
- Detalle de tirantes ajustables

### Proveedor(es):

- Telas: GreenFiber
- Estampado: Bordados Palanda

### Elaboración Propia

Nota: La ficha técnica presenta un conjunto de descanso diseñada con una estética limpia y que despierta el calor del hogar.

Figura 19 ficha técnica del producto

## FICHA TÉCNICA



**Tela**

Medidas Aprox. (cm)

Talla	S	M	L	XL
(A)	52	57	57	62
(B)	70	74	75	76
(C)	59	63	66	64

**Descripción**

Camisa de lino en color beige con slogan “Respira Paz” y hoja bordada del lado izquierdo.  
Con tres botones café y nudo ajustable en la parte inferior.

**Especificaciones**

Corte: V-Neck  
Material: Lino  
Detalle: Bordado “Respira Paz”  
Cierre: Botones  
Bajo: Nudo Ajustable



Largo Manga



Largo Manga

C

**Detalles**




**A** Pecho

**B** Ancho cintura

**C** Largo manga

**D** Bajo Ajustable

**Q** Detalles



**Nota:** Para esta ocasión es una prenda exterior de carácter mas casual que las anteriores, se destaca por su nivel visual y sus acabados.

### 6.1.3 Diagrama de flujo de producción

Figura 20 Diagrama de flujo de producción



Elaboración Propia

Nota: El diagrama de flujo de producción o del servicio que acabamos de crear representa de forma visual y ordenada cómo se desarrolla el proceso dentro de Encanto Femenino & Belleza.

### 6.1.4 Recursos necesarios para operación óptima

#### Capital Inicial

Fondos suficientes para la compra de materia prima, desarrollo de productos, habilitación de canales de venta, promoción, y puesta en marcha de talleres.

### **Talleres Satélite**

Espacios externos y colaboradores con conocimiento en la confección de prendas personalizadas con tela ecológica y técnicas tradicionales y sostenibles.

### **Proveedores Tela Ecológica**

Empresas o negocios que tengan disponibilidad continua de insumos biodegradables y ecológicos garantizando siempre la calidad del producto

### **Personal Especializado**

Profesionales sociales, psicólogos y expertos en educación financiera para liderar programas de empoderamiento de mujeres, apoyo emocional y sesiones de capacitación.

### **Plataformas Digitales**

Presencia en Redes Sociales Tienda en línea y gestión activa de redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp) para promoción, ventas y comunicación.

## **6.2 Diseño de planta**

La planta o espacio de producción ideal se ubicaría en Cúcuta, cerca de los talleres satélites que realizaran la confección, para facilitar coordinación y logística del producto.

### **Distribución del espacio**

- Área de recepción y almacenamiento de materia prima
- Zona de diseño y desarrollo donde se elaboran los patrones personalizados y se planifican los productos
- Área de confección con máquinas de costura
- Control de calidad para inspección, ajustes y acabado de prendas.

- Empaque y despacho con espacio para almacenaje temporal
- Salas o espacios para talleres y capacitaciones
- Área administrativa para gestión, atención al cliente, mercadeo digital y control financiero.

### **6.3 Propuesta de Valor**

Diseño Personalizado y Ecológico de ropa personalizada para mujeres con texturas únicas, incluyendo ropa interior y exterior, hecha de materiales biodegradables y ecológicos, adaptada al estilo, cuerpo y personalidad de cada mujer.

Productos diseñados con principios de moda circular y conciencia ambiental, ayudando a proteger los ecosistemas y a elevar la conciencia ecológica del resto de la población.

Servicios de apoyo que incluyen talleres, autoestima, empoderamiento femenino y amor propio, y educación financiera, diseñados para la mejora y el crecimiento financiero, el empoderamiento de la autoestima y el desarrollo de las mujeres, todos ellos orientados a mejorar la resiliencia emocional de las mujeres para hacerlas más emocionalmente fortalecidas y autosuficientes.

Talleres satélites donde fabriquen ropa de calidad, que sea duradera y exclusiva, con acabados de alta calidad, rompiendo así el estándar de competencia en otros mercados.

Crear un ambiente donde la moda sirve como vehículo para el cambio social, emocional y ambiental, inspirando a las mujeres a mostrar su espíritu sincero con conciencia y fortaleza, inspirándolas a ser auténticas.

### **6.4 Validación de la idea**

Validación de la Idea para Encanto y Belleza Femenina, fue validada a través de investigación de mercado tanto cualitativa, mediante encuestas de mercado realizadas en la

ciudad de Cúcuta de los barrios Cundinamarca y San Miguel que confirmaron la aceptación, utilidad y viabilidad del proyecto.

Encuesta a Mujeres en Cúcuta: Con base en esto, se seleccionaron participantes para ser parte de 40 mujeres de entre 15 y 60 años de los barrios Cundinamarca y San Miguel, utilizaron un cuestionario digital para determinar patrones de consumo, intereses y necesidades en moda y apoyo emocional/financiero.

Resultados Relevantes: El 70% dijo que pagaría un precio justo por ropa hecha con telas ecológicas. El 60% de las personas están familiarizadas con la moda sostenible y valoran la importancia del cuidado ambiental al comprar ropa. Más del 70% expresó interés en talleres sobre autoestima, empoderamiento y educación financiera de manera presencial, virtual o en formatos mixtos. Los clientes se sienten particularmente atraídos por la fusión de prendas ecológicas a medida con el apoyo emocional proporcionado.

Revisión del Mercado y Competencia: Encontramos un vacío en la industria local: no existen modelos de negocio que incorporen moda sostenible y desarrollo holístico de la mujer, lo que hace que el concepto sea innovador.

Prueba Piloto y Retroalimentación: Las pruebas piloto de productos y talleres se incorporarán dentro del plan para obtener retroalimentación de 'primera mano' sobre la oferta, lo que permite ajustar y optimizar antes de entrar al mercado.

Seguir las Tendencias y Realidades: La idea aprovecha las tendencias locales y globales hacia el consumo consciente y fomenta un apetito social por lugares que promuevan la autoestima y autonomía financiera de las mujeres.

## **6.5 Prueba piloto**

Para validar la viabilidad y aceptación de Encanto Femenino & Belleza, se llevará a cabo una prueba piloto probando tanto los productos, incluyendo las prendas ecológicas personalizadas, como los servicios complementarios, que incluyen talleres de empoderamiento, autoestima y educación financiera. Esta prueba implica presentar la oferta a un grupo inicial de mujeres de la ciudad de Cúcuta, especialmente de los barrios de Cundinamarca y San Miguel, con perfiles representativos del mercado objetivo.

El propósito de esta prueba piloto es recibir retroalimentación directa y relevante que pueda ser utilizada para realizar ajustes en aspectos del producto, procesos, propuesta de valor y estrategias comerciales antes del lanzamiento comercial formal. Se espera que ayude a optimizar la calidad de las prendas, la efectividad de los talleres y la experiencia general del cliente.

### **6.5.1 Testeo y Feedback**

Se adoptará un enfoque de evaluación participativa en el que las pruebas de producto y los talleres serán seguidos por la participación de los usuarios en forma de encuestas y entrevistas estructuradas, dando opiniones sobre la prueba de un producto. En esta fase, se recopilarán datos sobre: La aceptación de las prendas ecológicas en términos de calidad, comodidad y diseño. La relevancia, utilidad y formato preferido de los talleres presentados. La percepción general de la integración de la moda sostenible con el apoyo emocional y financiero. Sugerencias para la mejora o adaptación de productos y servicios. Barreras potenciales debido al precio, accesibilidad o comunicación. La retroalimentación facilitará luego ajustes específicos en la producción, diseño, contenido de los talleres y canales de venta, proporcionando una oferta directamente relacionada con las necesidades y deseos reales del mercado y de los clientes. También establece confianza y lealtad temprana entre el público objetivo.

## 7 Estructura Organizacional

### 7.1 Misión y Visión

#### 7.1.1 *MISION*

Empoderar a las mujeres cucuteñas por medio de talleres de ayuda emocional, financiera y la comercialización de ropa exclusiva en tela ecológica amigable para el medio ambiente, fusionando la moda sostenible con la educación sensitiva. En encanto femenino & Belleza, se confeccionan prendas de alta calidad que resaltan la belleza femenina, mientras se ejecutan herramientas de crecimiento emocional y financiero, fomentando la independencia, la autoestima y el valor de nuestro ecosistema.

#### 7.1.2 *VISION*

Para el año 2031, se fortalecerá la empresa como líder de la región en moda sostenible y desarrollo femenino, reconocida en la transformación del consumo textil y en conciencia ambiental. Expandiéndose como nuestro modelo de negocio ambiental, creando mujeres independientes y que impacten positivamente al país.

### 7.2 Valores corporativos

**Sostenibilidad ambiental:** Elaboración de ropa con tela ecológica, ayudando al medio ambiente con materiales que aporten a un medio ambiente más sano.

**Empoderamiento:** Fortalecimiento de capacidades integrales en las mujeres, aumentando la autoestima y la confianza.

**Calidad:** Diseñar prendas de vestir femeninas con alta calidad para garantizar durabilidad.

### 7.3 Objetivos estratégicos

**Impacto ambiental:** contribuir con el desarrollo del medio ambiente y la reducción de la contaminación en la fauna y flora del país.

Posicionamiento de la marca en la ciudad de Cúcuta.

**Fortalecimiento emocional:** aportando ayudas a las mujeres con poca autoestima y empoderamiento de realizar las cosas.

### 7.4 Organigrama y Perfiles

#### 7.4.1 Estructura orgánica

Figura 21 Organigrama elaboración propia



Elaboración Propia

NOTA: El organigrama especifica la estructura y los miembros de la empresa con perfiles de cada uno.

### 7.4.2 Perfiles

Tabla 1 Perfil cargo gerente general

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>
<b>Cargo:</b>	Gerente General y de Proyectos
<b>Edad:</b>	20-60 años
<b>Formación:</b>	Profesional en Administración de Empresas o Economía.
<b>Habilidades:</b>	Liderazgo, capacidad analítica, motivación y trabajo en equipo
<b>Funciones:</b>	Representar la empresa ante clientes y proveedores
	Supervisar todo el personal
	Aprobar documentos ante entidades de impuestos

Elaboración propia

Nota: Este perfil es la persona encargada de dirigir y coordinar de forma ordenada y clara la información financiera y gerencial de la empresa.

Tabla 2 Perfil cargo área comercial

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>
<b>Cargo:</b>	Directora Comercial y de Mercadeo
<b>Edad:</b>	20-60 años
<b>Formación:</b>	Profesional en Administración de Empresas y Mercadeo
<b>Habilidades:</b>	Comunicación asertiva, negociación, habilidades en ventas
<b>Funciones:</b>	Diseñar estrategia de ventas.
	Realizar estudios de mercado.
	Planificación estratégica de venta.

Elaboración propia

Nota: Es el perfil encargado de promocionar los productos ante el público y diseñar estrategias de marketing más seguras y efectivas para la comercialización de los productos.

Tabla 3 Perfil cargo área administrativa y contable

Ítem	Descripción
<b>Cargo:</b>	Auxiliar Contable y Financiero
<b>Edad:</b>	20-60 años
<b>Formación:</b>	Técnico, Tecnólogo o Profesional en Contaduría Pública o Finanzas.
<b>Habilidades:</b>	Organización, gestión documental, facturación y conciliación.
<b>Funciones:</b>	Elaboración de informes financieros y administrativos.
	Gestión contable y registro.
	Registro y seguimiento de inventarios.

Elaboración propia

Nota: Es el área encargada de controlar, revisar y proporcionar informes sobre la información financiera de la empresa y ayudar a la empresa a mantener un orden contable.

Tabla 4 Perfil cargo área de producción y diseño

Ítem	Descripción
<b>Cargo:</b>	Operarios de confección
<b>Edad:</b>	20-60 años
<b>Formación:</b>	Profesional en Diseño de Modas o Diseño Textil.
<b>Habilidades:</b>	Atención al detalla, operación de máquina, control de calidad y planificación.
<b>Funciones:</b>	Encargada de transformar materias primas.
	Planificación y programación de producción.
	Optimización de costos.

Elaboración propia

Nota: Es el área encargada de la producción de prendas de vestir, detallando calidad y planificación de elaboración.

Tabla 5 Perfil cargo área diseño grafico

Ítem	Descripción
<b>Cargo:</b>	Diseñador grafico
<b>Edad:</b>	20-60 años
<b>Formación:</b>	Profesional en Diseño Gráfico
<b>Habilidades:</b>	Creatividad activa transformando soluciones visuales

<b>Funciones:</b>	Transformar ideas
	Publicidad en sitios web
	Material digital e impreso

Elaboración propia

Nota: Área encargada de diseñar y proyectar una buena publicidad del producto a vender.

Tabla 6 Perfil cargo marketing

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>
<b>Cargo:</b>	Director de Marketing
<b>Edad:</b>	20-60 años
<b>Formación:</b>	Profesional en Mercadeo y Publicidad
<b>Habilidades:</b>	Análisis para generar ideas, comunicación asertiva.
<b>Funciones:</b>	Aumentar las ventas
	Fidelización de clientes
	Ejecución de estrategias

Elaboración propia

Nota: Manejan la creatividad de la compañía, generando ideas y análisis de los datos que miden resultados.

Tabla 7 Perfil fabricación

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>
<b>Cargo:</b>	Supervisor de Producción
<b>Edad:</b>	20-60 años
<b>Formación:</b>	Profesional en Ingeniería Industrial o Ingeniería Textil
<b>Habilidades:</b>	Atención al detalle, operación de maquinaria, control de calidad
<b>Funciones:</b>	Planificación de la producción
	Mantenimiento de maquinaria
	Control de calidad

Elaboración propia

Nota: Se implementa la fabricación de cada una de las prendas, siendo productos terminados con control de detalle y calidad.

## **7.5 Constitución Empresa y Aspectos Legales**

### **7.5.1 Forma legal de la empresa**

Encanto Femenino & Belleza es una empresa categorizada contablemente en pyme del grupo contable III, la cual es se constituye como una sociedad por acciones simplificada (SAS), siendo jurídicamente establecida con flexibilidad administrativa y contable, con actividad comercial principal 1410 confección de prendas de vestir y como actividades secundarias 8560 Actividades de apoyo a la educación y 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados.

### **7.5.2 Registro y constitución**

Se registró en cámara de comercio mediante acta de constitución No 001 del 02 de febrero de 2026, en Cúcuta norte de Santander, la sociedad por acciones simplificada tendrá como objeto social la confección y distribución de prendas de vestir biodegradables sostenibles, incluyendo el desarrollo de talleres de crecimiento personal y financiero.

### **7.5.3 Capital social**

El capital autorizado, suscrito y pagado, es expresado en pesos colombianos y según lo aprobado ante acta de constitución se autorizó un capital de VIENTE MILLONES DE PESOS MCTE (\$20.000.000) divididos de VEINTE MIL (20.000) acciones de igual valor nominal, con valor de MIL (1.000) cada una.

Tabla 8 Capital social

<b>ACCIONISTAS</b>	<b>No DE ACCIONES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>%</b>
María Fernanda Moreno Fonseca	10000	10.000.000	50%

Mariana Hurtado Salcedo	10000	10.000.000	50%
<b>TOTAL</b>	<b>20000</b>	<b>20.000.000</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia

Nota: Definición y clasificación del número de acciones en porcentaje de acuerdo al capital suscrito y pagado de los accionistas.

#### **7.5.4 Requisitos legales y regulatorios**

Para la constitución de la empresa se registra inicialmente el acta de constitución donde se detalla el tipo de sociedad, capital y objeto e igualmente cancelando la boleta fiscal correspondiente ante la cámara de comercio y el registro ante Dian.

##### **7.5.4.1 Licencias, permisos y normatividad laboral**

Se implementará el registro de la marca y la inscripción 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 e implementación de Sistema de seguridad y salud en Trabajo (SG-SST)

#### **7.5.5 Impuestos y obligaciones fiscales**

La empresa Encanto Femenino & Belleza, tiene responsabilidades tributarias según a la normatividad vigente:

Tabla 9 impuestos y obligaciones fiscales

<b>Impuestos y obligaciones fiscales</b>	
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

Elaboración propia

Nota: clasificación detallada de las responsabilidades tributarias y obligaciones fiscales que tiene la empresa frente a la presentación de impuestos.

### 7.5.6 *Protección de propiedad intelectual*

Encanto Femenino & Belleza implementa una estrategia de proteger la moda sostenible registrando la marca en la superintendencia de industria y comercio dando exclusividad a su nombre,

### 7.5.7 *Cumplimiento normativo y ético*

<b>4.6.7 Cumplimiento normativo y ético</b>	
Cumplimiento Normativo	<p>Constitución legal.</p> <p>Registro Tributario.</p> <p>Adquirir y habilitar forma digital para facturación electrónica.</p> <p>Resoluciones ante la DIAN para facturación electrónica, documentos soporte, notas de devolución. Apertura cuenta bancaria 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,</p> <p>reglamento interno de la empresa, contratos legales para cada trabajador</p>

**Nota:** son requerimientos normativos y regulaciones de acuerdo con la empresa y al sector al que pertenece.

### 7.5.8 Asesoramiento legal

Encanto Femenino & Belleza inicialmente se guiará en la asesoría legal que brinda la cámara de comercio de Cúcuta, la cual ofrece un soporte jurídico e integral para la creación y constitución de la empresa de igual manera tiene como objetivo solicitar asesoramiento tanto de contador público y un profesional del SSGT

## 7.6 Gastos de Puesta en Marcha

Tabla 10 Gastos de puesta en marcha

Plan de Inversión		
<b>GASTOS LEGALES</b>	Derechos por registro de matrícula mercantil - boleta fiscal	\$ 300.000,00
	Derechos de inscripción de libros y documentos	\$ 100.000,00
	Patente de marca ante la superintendencia de industria y comercio	\$ 500.000,00
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	1 computadores todo en uno marca lenovo	\$ 2.000.000,00
	1 impresora Epson multifuncional	\$ 450.000,00
	1 escritorio	\$ 1.000.000,00
	1 Mesa de corte textil industrial	\$ 1.500.000,00
	2 máquina de corte aguja	\$ 10.000.000,00
	2 sillas de oficina	\$ 600.000,00
	2 sillas de butaco de madera	\$ 200.000,00
	2 plancha profesional	\$ 800.000,00
	2 máquina de coser	\$ 1.300.000,00
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	Software contable inicialmente DIAN gratuito	\$ -
<b>COSTO DE PRODUCCION Y MANO DE OBRA</b>	Tela algodón orgánico 10 mt blanca	\$ 300.000,00
	Tela algodón orgánico 10 mt rosado	\$ 300.000,00
	Tela algodón orgánico 10 mt morado	\$ 300.000,00
	Estampado	\$ 50.000,00
	Confección por prenda \$ 5000 por prenda	\$ 120.000,00

Elaboración propia

Nota: De acuerdo con la estructura de la puesta en marcha, se puede dar inicio con el plan de negocio, donde se realizaron todas las investigaciones del registro y legalización de la empresa como para los costos y gastos de producción y administrativo.

## 7.7 Condiciones comerciales

Tabla 11 condiciones comerciales

<b>CONDICIONES COMERCIALES</b>	
<b>Precios</b>	El precio de cada prenda se dará en una fecha específica de acuerdo con los costos y gastos de producción, igualmente no se cambiarán el precio sin dar previo aviso a nuestros clientes
<b>Formas de Pago</b>	Inicialmente será con pagos de contado y según el movimiento del cliente se puede realizar estudio para otorgar crédito siempre y cuando presenten la documentación requerida
<b>Plazos de Entrega</b>	Se acordará con el cliente como se realizará la entrega.
<b>Garantías</b>	Se garantiza el producto por dos meses, ofreciendo la opción de devolución del producto o el cambio siempre y cuando cumpla con las condiciones y políticas de la empresa
<b>Devoluciones y Cambios</b>	Las devoluciones son aceptadas siempre y cuando cumplan con el tiempo estipulado

Elaboración propia

Nota: Se describen las cinco condiciones de pago claves para la empresa, los precios, según los costos de producción, el pago inicial, ya sea si es de contado o a crédito según el estudio de documentación, los plazos de entrega que se acuerdan con el cliente y las garantías como las devoluciones del producto.

## **8 Modulo Financiero**

### **8.1 *Proyección de ventas***

La proyección de ventas que hemos realizado nos ha permitido predecir los ingresos futuros de nuestro plan de negocios y también considerar si el producto ofrecido será viable, permitiéndonos analizar las finanzas, hacer cambios estratégicos para llevar a cabo la implementación, además de establecer objetivos claros como base para nuestras estrategias de planificación de ventas.

#### **8.1.1 *Tamaño del mercado***

Basado en la encuesta realizado a 40 mujeres en el barrio Cundinamarca y San Miguel de la ciudad de Cúcuta con edades entre 15 y 60 años. Este grupo representa un segmento potencial importante de consumidoras de moda femenina., el 60% de las mujeres se encuentra empleada, lo que significa que hay un segmento de mercado con poder adquisitivo para ropa más ecológica y está dispuesto a invertir en ella. Más de la mitad de las encuestadas expresó su disposición a pagar más por ropa hecha de telas sostenibles, validando la propuesta. La industria de la ropa femenina en Cúcuta es dinámica; las mujeres ya no solo quieren una prenda bonita, también quieren ropa que las haga sentir auténticas y seguras, además de elegantes, mientras cuidan su autoestima y protegen el medio ambiente

#### **8.1.2 *Proyección de ventas y Justificación***

Tabla 12 proyección de ventas y Justificación

Proyección de Precio unitario por prenda							
ITEM	PRODUCTO	UNID	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	CAMISETA VIVE, SUEÑA INSPIRA	\$/Unidad	\$ 60,000	\$ 73,000	\$ 86,000	\$ 99,000	\$ 112,000
2	CONJUNTO PIJAMA ALTO DEL QUINTO	\$/Unidad	\$ 80,000	\$ 93,000	\$ 106,000	\$ 119,000	\$ 132,000
3	CONJUNTO PIJAMA DESPIERTA CON AMOR	\$/Unidad	\$ 60,000	\$ 73,000	\$ 86,000	\$ 99,000	\$ 112,000
4	CAMISA RESPIRA PAZ	\$/Unidad	\$ 50,000	\$ 63,000	\$ 76,000	\$ 89,000	\$ 102,000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 250,000</b>	<b>\$ 302,000</b>	<b>\$ 354,000</b>	<b>\$ 406,000</b>	<b>\$ 458,000</b>

Proyección de Unidades para la venta							
ITEM	PRODUCTO	UNID	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	CAMISETA VIVE, SUEÑA INSPIRA	Unidad	410	600	700	800	900
2	CONJUNTO PIJAMA ALTO DEL QUINTO	Unidad	410	600	700	800	900
3	CONJUNTO PIJAMA DESPIERTA CON AMOR	Unidad	320	450	550	650	750
4	CAMISA RESPIRA PAZ	Unidad	270	350	450	500	550
<b>TOTAL</b>			<b>1410</b>	<b>2000</b>	<b>2400</b>	<b>2750</b>	<b>3100</b>

Proyección de los ingresos por ventas de los 5 años							
ITEM	PRODUCTO	UNID	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	CAMISETA VIVE, SUEÑA INSPIRA	\$	\$ 24,600,000	\$ 43,800,000	\$ 60,200,000	\$ 79,200,000	\$ 100,800,000
2	CONJUNTO PIJAMA ALTO DEL QUINTO	\$	\$ 32,800,000	\$ 55,800,000	\$ 74,200,000	\$ 95,200,000	\$ 118,800,000
3	CONJUNTO PIJAMA DESPIERTA CON AMOR	\$	\$ 19,200,000	\$ 32,850,000	\$ 47,300,000	\$ 64,350,000	\$ 84,000,000
4	CAMISA RESPIRA PAZ	\$	\$ 13,500,000	\$ 22,050,000	\$ 34,200,000	\$ 44,500,000	\$ 56,100,000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 90,100,000</b>	<b>\$ 154,500,000</b>	<b>\$ 215,900,000</b>	<b>\$ 283,250,000</b>	<b>\$ 359,700,000</b>

Elaboración propia

Con un aumento del 10% en cada prenda se proyectan las unidades disponibles para la venta durante los próximos 5 años.

De esta forma se proyecta que al año 5 se tengan ventas de 3000 a 4000 prendas disponibles para la venta.

### 8.1.3 Participación del mercado

La participación en el mercado comenzará siendo baja, alrededor del 2%, sin embargo, se anticipa que, mediante una estrategia de diferenciación, se logrará un 50% del mercado local para el quinto año, estableciendo la marca como un referente en moda sostenible en Cúcuta.

### 8.1.4 Política de cartera

Se establecerá una política de ventas de contado durante los primeros dos años con el fin de asegurar la liquidez. A partir del tercer año, se introducirá una estrategia de crédito selectivo dirigida a clientes habituales y se fomentarán alianzas con instituciones financieras locales.

## 8.2 Inversión y financiación

### 8.2.1 Plan de inversión

Tabla 13 plan de inversión

Plan de Inversión		
<b>GASTOS LEGALES</b>	Derechos por registro de matrícula mercantil - boleta fiscal	\$ 300,000.00
	Derechos de inscripción de libros y documentos	\$ 100,000.00
	Papente de marca ante la superintendencia de industria y comercio	\$ 500,000.00
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	1 computadores todo en uno marca lenovo	\$ 2,000,000.00
	1 impresora epon multifuncional	\$ 450,000.00
	1 Escritorios	\$ 1,000,000.00
	1 Mesa de corte textil industrial	\$ 1,500,000.00
	1 maquina de corte aguja	\$ 5,000,000.00
	2 sillas de oficina	\$ 600,000.00
	2 sillas de butaco de madera	\$ 200,000.00
	1 Plancha profesional	\$ 400,000.00
	1 Maquinas de coser	\$ 600,000.00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	gastos de papelería	\$ 200,000.00
	Arriendo de local	\$ 1,500,000.00
	Servicios Públicos (agua, luz, Internet)	\$ 1,000,000.00
	Costos de Marketing y publicidad	\$ 2,000,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 17,350,000.00</b>

Elaboración propia

Nota: El plan de inversión detallado contempla tres rubros estratégicos para la puesta en marcha de la empresa. La mayor parte del presupuesto se destina a la propiedad, planta y equipo de la empresa y lo de mas se distribuye en gastos de constitución y gastos administrativos como gastos de papelería, arriendo y servicios.

## 8.2.2 Estrategias de financiamiento

Contaremos inicialmente con recursos propios, que nos permita cubrir los gastos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, a medida que avanza podremos participar en ferias de emprendimientos y redes sociales que nos permita validar la aceptación en el mercado.

### 8.2.2.1 Fuentes de financiamiento

Algunas de las alternativas para financiar el desarrollo del proyecto capital propio, a futuro plan de financiamiento a través de proveedores, así como la solicitud de subsidios destinados a microempresarios.

### 8.2.2.2 Plan de financiamiento

Tabla 14 plan de financiamiento

FUENTE	MONTO
Aporte Propios	\$ 20.000.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.000.000,00</b>

Elaboración propia

**Nota:** Son los aportes propios por un monto de 20.000.000, la cual esta cifra representa el capital del total disponible para cubrir el plan de inversión.

### 8.2.2.3 Costos y gastos de operación

Tabla 16 de costos y gastos de operación

COSTO Y GASTOS	
Tela algodón organico 10 mt blanca	\$ 350,000
Tela algodón organico 10 mt rosado	\$ 500,000
Tela algodón organico 10 mt morado	\$ 350,000
estampado	\$ 64,000
Confección por prenda \$ 5000 por prenda	\$ 160,000
Distribución	\$ 96,000
Bolsa de Empaques	\$ 6,400
Cinta de refuerzo cuello y hombros	\$ 64,000
Hilo	\$ 16,704
Marquilla	\$ 64,000
Elastico	\$ 48,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,719,104</b>

Elaboración propia

Nota: La tabla anterior es el detalle del costo de una producción de prendas aproximadamente de 32 unidades entre camisas y pijamas.

### 8.2.3 Costo variable unitario

Tabla 17 costos variable unitario

COSTO VARIABLE UNITARIO POR PRENDA (CAMISETAS)		COSTO PROMEDIO
Tela algodón orgánico 0,75 mts	\$ 2,625	\$ 35,000
estampado	\$ 2,000	\$ 3,000
Cinta de refuerzo cuello y hombros	\$ 2,000	\$ 3,000
Confección por prenda \$ 5000 por prenda	\$ 5,000	\$ 7,000
Hilo	\$ 522	\$ 800
Marquilla	\$ 2,000	\$ 2,500
Distribución	\$ 3,000	\$ 4,000
Bolsa de Empaques	\$ 200	\$ 1,500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 17,347</b>	<b>\$ 56,800</b>

COSTO VARIABLE UNITARIO POR PRENDA (PIJAMAS)		COSTO PROMEDIO
Tela algodón orgánico 1,75 mts	\$ 8,750	\$ 50,000
estampado	\$ 2,000	\$ 3,000
Cinta de refuerzo cuello y hombros	\$ 1,500	\$ 3,000
Confección por prenda \$ 5000 por prenda	\$ 5,000	\$ 7,000

Elástico	\$ 1,500	\$ 2,000
Hilo	\$ 522	\$ 800
Marquilla	\$ 2,000	\$ 2,500
Distribución	\$ 3,000	\$ 4,000
Bolsa de Empaques	\$ 200	\$ 1,500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24,472</b>	<b>\$ 73,800</b>

Elaboración propia

Nota: Según el detalle se puede ver que es el costo unitario de nuestras prendas de una forma mas detallada, se puede evidenciar el valor unitario según el costo de las camisetas y pijamas

#### 8.2.4 Costos fijos

Tabla 18 costos fijos

<b>GASTOS FIJOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Servicios Publicos (agua,Luz, Internet)	MENSUAL	\$ 500,000
Arriendo	MENSUAL	\$ 800,000
Salarios Personal inicial	MENSUAL	\$ 2,800,000
Gastos de Papeleria	MENSUAL	\$ 100,000
Costos de Marketing y publicidad	MENSUAL	\$ 100,000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4,300,000</b>

Elaboración propia

Nota: Se detalla los costos operativos mensuales necesarios para el funcionamiento de la empresa, según valores representados en la tabla, donde se detalla servicios públicos, arriendo, salarios, gastos de papelería y costos.

#### 8.3 Proyección de ingresos, costos gastos

Tabla 19 Proyección de ingresos, costos gastos

Proyección de los ingresos por ventas de los 5 años							
ITEM	PRODUCTO	UNID	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	CAMISETA VIVE, SUEÑA INSPIRA	\$	\$ 24,600,000	\$ 43,800,000	\$ 60,200,000	\$ 79,200,000	\$ 100,800,000
2	CONJUNTO PIJAMA ALTO DEL QUINTO	\$	\$ 32,800,000	\$ 55,800,000	\$ 74,200,000	\$ 95,200,000	\$ 118,800,000
3	CONJUNTO PIJAMA DESPIERTA CON AMOR	\$	\$ 19,200,000	\$ 32,850,000	\$ 47,300,000	\$ 64,350,000	\$ 84,000,000
4	CAMISA RESPIRA PAZ	\$	\$ 13,500,000	\$ 22,050,000	\$ 34,200,000	\$ 44,500,000	\$ 56,100,000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 90,100,000</b>	<b>\$ 154,500,000</b>	<b>\$ 215,900,000</b>	<b>\$ 283,250,000</b>	<b>\$ 359,700,000</b>

Proyección de gastos para los próximos 5 años						
GASTOS FIJOS	UNIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Publicos (agua,Luz, Internet)	\$	\$ 6,000,000	\$ 10,224,000	\$ 10,735,200	\$ 11,271,960	\$ 11,835,558
Arriendo	\$	\$ 9,600,000	\$ 13,824,000	\$ 14,515,200	\$ 15,240,960	\$ 16,003,008
Salarios Personal inicial	\$	\$ 33,600,000	\$ 40,320,000	\$ 42,336,000	\$ 44,452,800	\$ 46,675,440
Gastos de Papeleria	\$	\$ 1,200,000	\$ 2,016,000	\$ 2,116,800	\$ 2,222,640	\$ 2,333,772
Costos de Marketing y publicidad	\$	\$ 1,200,000	\$ 2,016,000	\$ 2,116,800	\$ 2,222,640	\$ 2,333,772
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 51,600,000</b>	<b>\$ 68,400,000</b>	<b>\$ 71,820,000</b>	<b>\$ 75,411,000</b>	<b>\$ 79,181,550</b>

Elaboración propia

Nota: Son ingresos proyectados a 5 años los cuales son guiados según el costo del productos, en donde para el primer año se evidencia un aumento del 30% y del año del 2 al 5 se ve una aumento del 5% respectivamente.

## 8.4 Estados financieros

### 8.4.1 Balance General (proyectado a 5 años)

Tabla 20 Balance General (proyectado a 5 años)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>						
Efectivo	20,000,000	10,990,000	21,832,030	55,863,839	112,264,269	194,667,046
Cuentas X Cobrar	0	0	0	2,998,611	6,294,444	9,991,667
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	-599,722	-1,258,889	-1,998,333
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>20,000,000</b>	<b>10,990,000</b>	<b>21,832,030</b>	<b>58,262,728</b>	<b>117,299,824</b>	<b>202,660,379</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	0	10,170,000	19,210,000	27,120,000	33,900,000	39,550,000
Muebles y Enseres	0	2,000,000	3,500,000	4,500,000	5,000,000	5,000,000
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	0	2,700,000	4,050,000	4,050,000	4,050,000	4,050,000
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>0</b>	<b>14,870,000</b>	<b>26,760,000</b>	<b>35,670,000</b>	<b>42,950,000</b>	<b>48,600,000</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>20,000,000</b>	<b>25,860,000</b>	<b>48,592,030</b>	<b>93,932,728</b>	<b>160,249,824</b>	<b>251,260,379</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	1,933,800	8,593,200	19,813,292	33,069,245	48,701,072
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>1,933,800</b>	<b>8,593,200</b>	<b>19,813,292</b>	<b>33,069,245</b>	<b>48,701,072</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Reserva Legal Acumulada	0	0	392,620	2,137,300	6,159,999	10,000,000
Utilidades Retenidas	0	0	2,159,410	11,755,150	33,879,992	73,681,373
Utilidades del Ejercicio	0	3,926,200	17,446,800	40,226,986	67,140,588	98,877,934
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>20,000,000</b>	<b>23,926,200</b>	<b>39,998,830</b>	<b>74,119,436</b>	<b>127,180,579</b>	<b>202,559,307</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>20,000,000</b>	<b>25,860,000</b>	<b>48,592,030</b>	<b>93,932,728</b>	<b>160,249,824</b>	<b>251,260,379</b>

## Elaboración propia

La proyección del Balance General revela una evolución saludable y consistente con los objetivos estratégicos de la organización, la inversión inicial se convierte en un crecimiento sólido. En términos financieros, Encanto Femenino & Belleza se proyecta como una organización sostenible, con capacidad de expansión a los 5 años y con un respaldo patrimonial que asegura su permanencia en el mercado.

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

Tabla 21 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	90,100,000	154,500,000	215,900,000	283,250,000	359,700,000
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	29,660,000	54,100,000	74,500,000	96,400,000	120,000,000
Depreciación	2,980,000	5,960,000	8,940,000	10,570,000	12,200,000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>57,460,000</b>	<b>94,440,000</b>	<b>132,460,000</b>	<b>176,280,000</b>	<b>227,500,000</b>
Gasto de Ventas	0	0	0	0	0
Gastos de Administracion	51,600,000	68,400,000	71,820,000	75,411,000	79,181,550
Provisiones	0	0	599,722	659,167	739,444
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>5,860,000</b>	<b>26,040,000</b>	<b>60,040,278</b>	<b>100,209,833</b>	<b>147,579,006</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>5,860,000</b>	<b>26,040,000</b>	<b>60,040,278</b>	<b>100,209,833</b>	<b>147,579,006</b>
Impuestos (35%)	1,933,800	8,593,200	19,813,292	33,069,245	48,701,072
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>3,926,200</b>	<b>17,446,800</b>	<b>40,226,986</b>	<b>67,140,588</b>	<b>98,877,934</b>

Elaboración propia

El análisis del Estado de Resultados proyectado permite concluir que la empresa enfrenta un periodo de maduración inicial con utilidades derivadas de ingresos altos, costos fijos y gastos administrativos ponderados, pero gracias al crecimiento sostenido de las ventas y la eficiencia en la gestión de costos.

A partir del tercer año, la organización alcanza el punto de equilibrio y se consolida como un proyecto financieramente viable y rentable, con capacidad de generar utilidades crecientes y sostenibles en el tiempo.

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

Tabla 22 Flujo de caja (proyectado a 5 años)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		5,860,000	26,040,000	60,040,278	100,209,833	147,579,006
Depreciaciones		2,980,000	5,960,000	8,940,000	10,570,000	12,200,000
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	599,722	659,167	739,444
Impuestos		0	-1,933,800	-8,593,200	-19,813,292	-33,069,245
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>8,840,000</b>	<b>30,066,200</b>	<b>60,986,800</b>	<b>91,625,708</b>	<b>127,449,205</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	-2,998,611	-3,295,833	-3,697,222
Variación Inv. Materias Primas e insumos		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
<b>Variación del Capital de Trabajo</b>	0	0	0	-2,998,611	-3,295,833	-3,697,222
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	-11,300,000	-11,300,000	-11,300,000	-11,300,000	-11,300,000
Inversión en Muebles	0	-2,500,000	-2,500,000	-2,500,000	-2,500,000	-2,500,000
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	-4,050,000	-4,050,000	-4,050,000	-4,050,000	-4,050,000
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	0	-17,850,000	-17,850,000	-17,850,000	-17,850,000	-17,850,000
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	0	<b>-17,850,000</b>	<b>-17,850,000</b>	<b>-20,848,611</b>	<b>-21,145,833</b>	<b>-21,547,222</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	-1,374,170	-6,106,380	-14,079,445	-23,499,206
Capital	20,000,000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>20,000,000</b>	<b>0</b>	<b>-1,374,170</b>	<b>-6,106,380</b>	<b>-14,079,445</b>	<b>-23,499,206</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>20,000,000</b>	<b>-9,010,000</b>	<b>10,842,030</b>	<b>34,031,809</b>	<b>56,400,430</b>	<b>82,402,777</b>
Saldo anterior		20,000,000	10,990,000	21,832,030	55,863,839	112,264,269
Saldo siguiente	20,000,000	10,990,000	21,832,030	55,863,839	112,264,269	194,667,046

## Elaboración

El análisis del Flujo de Caja proyectado demuestra que el proyecto requiere una importante inversión inicial y presenta flujos negativos en los primeros años, propios de la etapa de consolidación. Sin embargo, a partir del tercer año se observa una recuperación progresiva de la liquidez, impulsada por el aumento de las ventas y la eficiencia operativa.

En el mediano plazo, el proyecto alcanza una posición financiera sólida, con capacidad para cubrir sus obligaciones, generar utilidades y distribuir dividendos, lo que confirma su viabilidad económica y sostenibilidad financiera.

## 8.5 Evaluación del proyecto

### 8.5.1 VAN

Tabla 23 VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VAN (Valor actual neto)	100,743,030					

#### Elaboración propia

El VAN positivo de 100,7 millones confirma que el proyecto es financieramente viable y rentable, ya que genera valor económico adicional sobre la inversión inicial. Este resultado, en conjunto con el análisis del Estado de Resultados y del Flujo de Caja, constituye un argumento sólido para la defensa del trabajo de grado, demostrando que la propuesta no solo es socialmente pertinente, sino también económicamente sostenible.

### 8.5.2 TIR

Tabla 23 TIR

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TIR (Tasa Interna de Retorno)	75.60%					

#### Elaboración propia

La TIR de 75,60% confirma que el proyecto es altamente rentable, superando la tasa mínima de aceptación y validando su viabilidad financiera.

### 8.5.3 Punto de equilibrio

Tabla 24. Punto de equilibrio

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Promedio	\$		63.900,7	77.250,0	89.958,3	103.000,0	116.032,3
Ventas	unid.		1.410	2.000	2.400	2.750	3.100
Ventas	\$		90.100.000	154.500.000	215.900.000	283.250.000	359.700.000

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos Producción Inventariables</b>							
Materia Prima	\$		22.610.000	36.100.000	48.100.000	60.650.000	73.500.000
Mano de Obra	\$		7.050.000	18.000.000	26.400.000	35.750.000	46.500.000
Materia Prima y M.O.	\$		29.660.000	54.100.000	74.500.000	96.400.000	120.000.000
Depreciación	\$		2.980.000	5.960.000	8.940.000	10.570.000	12.200.000
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		32.640.000	60.060.000	83.440.000	106.970.000	132.200.000
Margen Bruto	\$		63,77%	61,13%	61,35%	62,23%	63,25%

#### Margen de contribución:

$$MC = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}$$

$$MC = \frac{215.900.000 - 83.440.000}{215.900.000} = 0,61 \text{ (61\%)}$$

#### Costos fijos (Administración + Depreciación + Ventas)

$$74.500.000 + 8.940.000 + 71.820.000 + 599.722 = 155.859.722$$

#### Punto de equilibrio en ventas:

$$PE = \frac{155.859.722}{0,61} \approx 255.507.740$$

El análisis muestra que el proyecto alcanza su punto de equilibrio alrededor del tercer año, cuando las ventas superan los 215 millones. A partir de este nivel, la empresa comienza a generar utilidades sostenibles.

### 8.5.4 Razones Financieras

#### 8.5.4.1 Liquidez

Tabla 25 liquidez

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez - Razón Corriente		5,68	2,54	2,94	3,55	4,16

Elaboración propia

El análisis de la Razón Corriente evidencia que el proyecto atraviesa una fase inicial de iliquidez crítica, propia de la etapa de inversión y consolidación. Sin embargo, a partir del tercer año se observa una recuperación significativa, alcanzando niveles de liquidez que garantizan la capacidad de pago y la sostenibilidad operativa.

#### 8.5.4.2 Rentabilidad

Tabla 26 rentabilidad

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad Operacional		6,5%	16,9%	27,8%	35,4%	41,0%
Rentabilidad Neta		4,4%	11,3%	18,6%	23,7%	27,5%
Rentabilidad Patrimonio		16,4%	43,6%	54,3%	52,8%	48,8%
Rentabilidad del Activo		15,2%	35,9%	42,8%	41,9%	39,4%
<b>Flujo de Caja y Rentabilidad</b>						
Flujo de Operación		8.840.000	30.066.200	60.986.800	91.625.708	127.449.205
Flujo de Inversión	-20.000.000	-17.850.000	-17.850.000	-20.848.611	-21.145.833	-21.547.222
Flujo de Financiación	20.000.000	0	-1.374.170	-6.106.380	-14.079.445	-23.499.206
<b>Flujo de caja para evaluación</b>	<b>-20.000.000</b>	<b>-9.010.000</b>	<b>12.216.200</b>	<b>40.138.189</b>	<b>70.479.875</b>	<b>105.901.983</b>
<b>Flujo de caja descontado</b>	<b>-20.000.000</b>	<b>-7.834.783</b>	<b>9.237.202</b>	<b>26.391.511</b>	<b>40.297.097</b>	<b>52.652.002</b>

Elaboración propia

El análisis integral de rentabilidad y flujo de caja demuestra que el proyecto atraviesa una etapa inicial de inversión intensiva y pérdidas operativas, seguida de una recuperación sostenida a partir del segundo año. Los indicadores financieros confirman que la empresa logra eficiencia operativa, rentabilidad creciente y liquidez positiva, lo que valida su viabilidad económica y financiera.

## **9 Impactos**

### **9.1 Impacto económico**

Encanto Femenino & Belleza desea brindar un aporte significativo al desarrollo económico de la ciudad de Cúcuta, promoviendo empleo formal y lograr con ello fortalecer el sector textil en Cúcuta, promoviendo el uso de la tela biodegradable, ya que actualmente no es muy común este tipo de prendas.

Principales impactos económicos:

Generación de empleo directo en áreas de la empresa como la 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.

### **9.2 Impacto social**

Encanto Femenino & Belleza fundamenta su impacto social dentro del mercado empoderando las prendas sostenibles y el fortalecimiento social de la mujer, promoviendo conciencia en el cuidado del medio ambiente mediante telas biodegradables.

Principales impactos sociales:

Creación de empleo formal para muchas mujeres que tienen pocas oportunidades.

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

Transmisión de valores ambientales y culturales a las mujeres mediante de las prendas ecológicas.

Fortalecimiento de las mujeres en su empoderamiento y calidad de persona.

### Impacto ambiental

Se promueve el impacto ambiental por medio de la elaboración de prendas de mujer con telas ecológicas como lo es la tela lino orgánica, algodón orgánica y fibra de bambo, distribuidas por proveedores exclusivos, la cuales están conformada por 70% algodón orgánico y 30% lino, disminuyendo la utilización de recursos no renovables del ecosistema y los residuos contaminantes para el cuidado del planeta tierra.

Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)

Según como se realizó la ejecución de las actividades en la empresa, se pueden presentar diversos riesgos en las áreas de producción y administrativas, se tendrá en cuenta los siguientes riesgos y las posibles medidas de mitigación y prevención.

<b>Tipo de riesgo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Estrategia de mitigación</b>
<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 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.

## 10 Conclusiones

El proyecto Encanto Femenino & Belleza encarna la moda sostenible combinada con el empoderamiento femenino y transforma el modelo de negocio de uno de intereses comerciales a una propuesta de transformación social y ambiental.

La investigación de mercado confirma que hay una demanda creciente en Cúcuta por ropa ecológica y experiencias que mejoren la autoestima y la independencia financiera de las mujeres. La propuesta de valor combina productos biodegradables de alta calidad con servicios de apoyo emocional y educativo y no es fácilmente reemplazable en el mercado.

El modelo financiero es indicativo del desarrollo de una empresa rentable y sostenible a largo plazo si se adhieren al control de costos, alianzas y políticas de financiamiento responsable.

Más allá de eso, un énfasis social y ambiental en el proyecto también añade a su relevancia en términos de la preservación del ecosistema y para avanzar en la participación de las mujeres en la sociedad cucuteña.

## 11 Recomendaciones

Para mejorar el alcance de los talleres, fortalecer las alianzas estratégicas con el SENA, las cámaras de comercio y las organizaciones de mujeres para ampliar la cobertura de los talleres y consolidar la marca.

Desarrollar y adoptar una sólida estrategia de marketing digital utilizando las redes sociales y el comercio electrónico para llegar a una audiencia más amplia y diversificada.

Crear un ciclo de retroalimentación iterativo con los clientes que permita ajustes en los diseños de las prendas y los temas de los talleres según sus necesidades reales.

La innovación en tejidos y procesos ecológicos tiene prioridad, se mantiene un estricto control de calidad para asegurar la durabilidad y exclusividad de las prendas.

Establecer un fondo de reinversión con parte de las ganancias destinado a expandir la línea de productos y fortalecer la infraestructura de los talleres satélite.

Publicitar campañas de concienciación ambiental y social involucrando a la comunidad en actividades que refuercen el compromiso del proyecto con la sostenibilidad y el bienestar de las mujeres

## Referencias

- DENEGRI, M. (2010). *Psicología económica*. Editorial Universidad de La Frontera.  
[https://cepec.ufro.cl/wp-content/uploads/2020/07/Introduccion\\_a\\_la\\_Psicologia\\_Economica.pdf](https://cepec.ufro.cl/wp-content/uploads/2020/07/Introduccion_a_la_Psicologia_Economica.pdf)
- GOLEMAN, D. (1995). *La inteligencia emocional*. Editorial Kairós.  
<https://mendillo.info/Desarrollo.Personal/La.practica.de.la.inteligencia.emocional.pdf>
- ROWLANDS, J. (1997). *Questioning Empowerment: Working with Women in Honduras*. Oxfam GB.  
[https://books.google.com.co/books?hl=en&lr=&id=fXJKq2JQtyoC&oi=fnd&pg=PR5&ots=j-QsM5bgIL&sig=tEErpIiYEggFDlhtrqGh-eHsvqY&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=en&lr=&id=fXJKq2JQtyoC&oi=fnd&pg=PR5&ots=j-QsM5bgIL&sig=tEErpIiYEggFDlhtrqGh-eHsvqY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- SALANOVA, M. (2019). *Moda sostenible: Guía práctica para un consumo responsable*. Editorial Gustavo Gili. <https://editorialgg.com/moda-sostenible-ebook-9788425229190.html>
- SALCEDO, E. (2014). *Moda sostenible: Guía práctica para el diseño y producción*. Editorial GG. [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9788425226069\\_A47324377/preview-9788425226069\\_A47324377.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9788425226069_A47324377/preview-9788425226069_A47324377.pdf)
- VANDANA SHIVA (1988) *Abrazar la vida mujer ecología y supervivencia*  
<https://observatorio.aguayvida.org.mx/media/vandana-shiva-abrazar-la-vida.-mujer-ecologia-y-supervivencia.pdf>