



**Universidad del
Rosario**

Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación (MEI)

MujerEmprende con Propósito

Modalidad Reto de Emprendimiento

Presentado por:

Kelly Johanna Yanguas Arias

Bogotá, D.C. 22 de julio de 2024



**Universidad del
Rosario**

Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación (MEI)

MujerEmprende con Propósito

Modalidad del Reto de Emprendimiento

Presentado por:

Kelly Johanna Yanguas Arias

Bajo la dirección de:

Juan Pablo López

Bogotá, D.C. 22 de julio de 2024

Contenido

Agradecimientos	5
Dedicatoria.....	6
Declaración de originalidad y autonomía.....	7
Declaración de exoneración de responsabilidad.....	8
Lista de figuras	9
Lista de tablas	10
Glosario	11
Resumen ejecutivo.....	13
Palabras clave: Mujer guía, emprendedoras, programas.	14
Abstract.....	15
Keywords: Woman guide, entrepreneurs, programs.	16
1. Introducción	17
2. Concepto de Negocio.....	22
2.1 Descripción de la Idea de Negocio	24
2.2 Portafolio de Productos y/o Servicios	27
2.3 Fuentes de Ingresos	30
2.4 Portafolio de Clientes	31
2.5 Posicionamiento en el Mercado.....	32
3. Descripción de los Elementos Organizacionales del Emprendimiento	34
3.1 Propiedad y Junta Directiva (estructura organizacional).....	36
3.2 Recursos Humanos y/o Empleados que Requiere el Emprendimiento	37
3.4 Procesos de Negocio.....	40
3.5 Aspectos Legales a Considerar para la Puesta en Marcha del Emprendimiento.....	42
4. Descripción de las Operaciones Requeridas por el Emprendimiento.....	51
4.1 Instalaciones que Requiere el Emprendimiento	51
4.2 Infraestructura Tecnológica y de TIC Requerida por el Emprendimiento	52
4.3 Descripción de los Requerimientos de Producción y Distribución del Emprendimiento	53
4.4 Estrategias de Financiación del Emprendimiento	53

4.5 Plan Financiero del Emprendimiento	56
4.5.1 Considerando valor en el precio de venta	56
4.5.2 Costos de venta y Gastos de venta	57
4.5.3 Cuentas por cobrar	58
4.5.4 Depreciación y CAPEX adicional.....	59
4.5.5 Proyección Ventas y Utilidad neta a 4 años	60
4.5.7 <i>Balance proyectado a 4 años</i>	63
4.5.8. <i>Cálculo punto de equilibrio</i>	64
4.5.9. <i>Uso de capital de la empresa</i>	65
4.5.10. <i>Evaluación del proyecto</i>	65
5. Estrategia para el Relacionamiento con los Clientes y Grupos de Interés.....	66
5.1. Estrategia de Marca (Branding).....	66
5.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento.....	69
5.3 Proceso de Ventas y Servicios.....	71
5.4 Plan de Mercadeo	72
5.4.1 <i>Investigación de Mercado</i>	73
5.4.2 <i>Barreras de Entrada</i>	74
5.4.3 <i>Amenazas y Oportunidades</i>	76
5.4.4 <i>Competidores Claves</i>	79
5.4.5 <i>Precios</i>	82
5.4.6 <i>Canales de Distribución</i>	83
5.4.7 Red de Contactos	85
Referencias bibliográficas	87

Agradecimientos

A mi madre Cielo Arias Medina y hermano Yeison Alejandro Yanguas, ellos creyeron en mí, me apoyaron cuando tome la decisión de hacer mi maestría y me demostraron todo el respaldo para que lograra culminarla.

A mis hermosas hijas Valentina, Salome y María José, por ellas y para ellas, por demostrarme lo orgullosas que se sentían, fueron mi mayor motivación.

A mis sobrinos y todos mis familiares, por su apoyo incondicional cada vez que tenían que viajar sabía que contaba con ellos eran mi respaldo para ayudar a mis madre e hijas.

Kelly Johanna Yanguas Arias

Dedicatoria

El presente proyecto está dedicado a Dios, por permitirme convertir mis sueños en realidad, gracias a él he logrado culminar mi maestría.

A mi madre e hijas, quienes siempre estuvieron a mi lado, fueron mi mayor motivación e hicimos un gran equipo para hacer frente a este gran reto y alcanzar mi sueño.

A mi hermano quien siempre se mostró con total disponibilidad para ayudarme a realizar mis estudios.

A mi hermana y sobrino, ambos desde el cielo han guiado mis pasos y mis decisiones para que todo saliera bien. Con ellos entendí que la vida es efímera y que debemos hacer lo que realmente nos hace felices, aquello que nos llené el corazón y nos haga sentir una enorme gratitud con la vida y el universo.

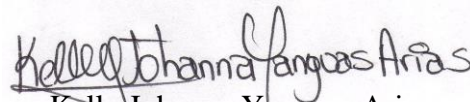
A mis compañeros por el tiempo que compartimos, son únicos y especiales. Aprendí mucho de ellos y estoy agradecida por su colaboración y disposición.

Kelly Johanna Yanguas Arias

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el presente Proyecto Aplicado Empresarial (PAE), en la modalidad de proyecto de emprendimiento (plan de negocio) por mi propia cuenta y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este PAE no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

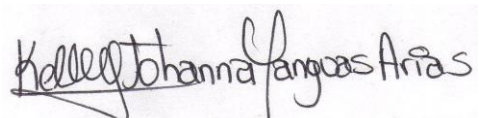


Kelly Johanna Yanguas Arias

Firmado en Bogotá, D.C. el 22 de julio de 2024

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.



Kelly Johanna Yanguas Arias

Firmado en Bogotá, D.C. el 22 de julio de 2024

Lista de figuras

Figura 1. <i>Empresas creadas por genero SBDC SENA Caqueta (2020 – 2022)</i>	20
Figura 2. Diagrama Proceso – Servicio	36
Figura 3. Estructura organizacional.....	37
Figura 4. <i>Business Model Canvas Legal</i>	42
Figura 5. <i>Sipi SIC – Disponibilidad Registro</i>	66
Figura 6. <i>RUES Cámara de Comercio – consulta de homonimia</i>	67
Figura 7. <i>RUES Cámara de Comercio – consulta de homonimia</i>	68
Figura 8. Análisis FODA MujerEmprende con propósito.....	76

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Ingresos operativos – Modelo financiero (PLANITLLA) 2023</i>	31
Tabla 2. <i>Equipo de trabajo MujerEmprende con propósito</i>	38
Tabla 3. <i>Inversión en activos fijos</i>	54
Tabla 4. <i>Relación gastos administración anual</i>	55
Tabla 5. <i>Incremento anual de los gastos administrativos</i>	55
Tabla 6. <i>Proyección financiera anual costos y gastos</i>	56
Tabla 7. <i>Ingresos operativos</i>	57
Tabla 8. <i>Estimación costos de venta y gastos de venta</i>	58
Tabla 9. <i>Proyección Ventas / Utilidad Neta</i>	60
Tabla 10. <i>Proyección Caja</i>	61
Tabla 11. <i>Flujo de caja libre</i>	62
Tabla 12. <i>Balance a 4 años</i>	63
Tabla 13. <i>Análisis competitivo</i>	81
Tabla 14. <i>Estrategia de precios</i>	83

Glosario

B2B: Modelos de negocio business-to-business en los que existen transacciones entre dos entidades o empresas y se diferencia del mercado masivo. (OpenAI, 2024)

Engagement: Interacción que los usuarios tienen con un contenido en redes sociales como LinkedIn, Facebook, Twitter, entre otras. (OpenAI, 2024)

Hacks: aprender trucos, atajos y estrategias ingeniosas que pueden ayudarte a producir contenido (como artículos, videos, publicaciones en redes sociales, etc.) de manera más rápida y eficaz. (OpenAI, 2024)

KPIs: Indicadores Clave de Desempeño, son métricas que se utilizan para evaluar y medir el rendimiento de una organización, equipo o proyecto en relación con sus objetivos estratégicos y operativos. (OpenAI, 2024)

Ebooks: Libro electrónico, es una versión digital de un libro impreso que se puede leer en computadoras, teléfonos inteligentes, tabletas y dispositivos específicos para lectura, como los e-readers (por ejemplo, Kindle, Nook, Kobo). (OpenAI, 2024)

Coolhunting: Proceso de investigar y predecir nuevas tendencias y modas antes de que se conviertan en populares. Implica observar a los innovadores y adoptadores tempranos en diversas culturas y subculturas. (OpenAI, 2024)

Design Thinking: Metodología centrada en el usuario que se utiliza para resolver problemas y desarrollar soluciones innovadoras. Se basa en una comprensión profunda de las necesidades del usuario y se enfoca en crear productos, servicios y experiencias que sean funcionales y satisfactorias. (OpenAI, 2024)

Naming: Proceso de crear nombres efectivos y atractivos para marcas, productos, empresas, servicios o cualquier entidad que necesite un nombre distintivo. (OpenAI, 2024).

Resumen ejecutivo

MujerEmprende con Propósito

MujerEmprende con Propósito es un emprendimiento dedicado a apoyar a mujeres mediante procesos de acompañamiento empresarial, asesoría en marca personal y asistencia técnica en planes de negocios. Su misión es empoderar a mujeres emprendedoras, ayudándolas a desarrollar sus emprendimientos con un propósito que trasciende lo económico, promoviendo una transformación integral y sostenible. La ventaja competitiva de MujerEmprende con Propósito radica en la personalización del plan de reforzamiento basado en la historia y experiencia de cada mujer. Al finalizar el proceso, cada participante tendrá una hoja de ruta con tareas específicas, herramientas y conocimientos necesarios para gestionar su marca personal y su negocio de manera efectiva. En el Departamento del Caquetá y el municipio de Florencia, no existe una empresa similar. En Colombia, según la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 2022-2023, hay una brecha de género en la actividad empresarial, con una propensión menor en mujeres comparada con hombres. El objetivo del emprendimiento es contribuir a que las mujeres, como base de la economía familiar, generen estabilidad económica, mayor bienestar, reducción de pobreza y desarrollo económico. MujerEmprende con Propósito cuenta con servicios definidos, validados y testeados por mujeres emprendedoras. Para 2022, se registraron 143,466 unidades productivas lideradas por mujeres, según el Registro Único Empresarial y Social (RUES). Se estima atender al 0.17% de esta población, con la venta de 246 programas en el primer año. No se prevé crecimiento en precios y ventas durante los primeros tres años debido a la fase inicial del negocio. A partir del cuarto año, se espera un crecimiento del 3%. La empresa proyecta ingresos de COP\$502,800,035 en los primeros tres años y COP\$533,420,557 y COP\$565,905,869 en los años cuatro y cinco, respectivamente. En el primer año, se estiman costos de ventas de COP\$392,184,027, gastos

administrativos de COP\$38,600,000 y gastos de ventas de COP\$42,536,883, con una utilidad operacional de COP\$23,479,124, proyectando una utilidad de COP\$28,010,150 en el quinto año.

Palabras clave: Mujer guía, emprendedoras, programas.

Abstract

MujerEmprende con Propósito is a entrepreneurship dedicated to supporting women through business accompaniment processes, personal branding advice and technical assistance in business plans. Its mission is to empower women entrepreneurs, helping them to develop their businesses with a purpose that transcends the economic, promoting a comprehensive and sustainable transformation. The competitive advantage of MujerEmprende con Propósito lies in the personalization of the reinforcement plan based on the history and experience of each woman. At the end of the process, each participant will have a roadmap with specific tasks, tools and knowledge necessary to manage her personal brand and business effectively. In the State of Caquetá and the Florencia city, there is no similar enterprise. In Colombia, according to the Entrepreneurial Activity Rate (TEA) of 2022-2023, there is a gender gap in entrepreneurial activity, with a lower propensity in women compared to men. The objective of entrepreneurship is to help women, as the basis of the family economy, generate economic stability, greater well-being, poverty reduction and economic development. MujerEmprende con Propósito has services defined, validated and tested by women entrepreneurs.

By 2022, 143,466 productive units led by women were registered, according to the Registro Único Empresarial y Social (RUES). It is estimated that 0.17% of this population will be served, with the sale of 246 programs in the first year. No growth in prices and sales is expected during the first three years due to the initial phase of the business. Starting in the fourth year, growth of 3% is expected. The company projects revenues of COP\$502,800,035 in the first three years and COP\$533,420,557 and COP\$565,905,869 in years four and five, respectively. In the first year, cost of sales is estimated at COP\$392,184,027, administrative expenses of COP\$38,600,000 and selling

expenses of COP\$42,536,883, with an operating profit of COP\$23,479,124, projecting a profit of COP\$28,010,150 in the fifth year.

Keywords: Woman guide, entrepreneurs, programs.

1. Introducción

En el entorno empresarial, la mujer que decide emprender o aquella que ya está en esta etapa, pertenece a una economía que solo se preocupa por el mercado, relegando a un espacio sin comprensión e invisible, el trabajo de cuidados o doméstico, además evade su responsabilidad sobre las condiciones de vida de la población. De esta forma al hablar del emprendimiento femenino o economía femenina existe una reducción de sus intereses de las condiciones materiales, relacionales y culturales de la vida, a la relación del trabajo asalariado (Carrasco, 2011).

Así mismo, esta concepción teórica hace evidente la imposibilidad de generar resistencia, ocultando vulnerabilidades profundas del sistema económico que se juegan en el terreno de vivir, como proceso cotidiano de reproducción de cuerpos, identidades y relaciones. (Picchio, 2009). Es por eso, que el fin último de este tipo de economía es presentar una visión del mundo social y material que conjuga las labores menesteres para la subsistencia, el bienestar y la reproducción social hasta mejorar, con el tiempo, las condiciones de vida de las personas. En esta disyuntiva, es que se tejen las maneras de sobrevivir y permanecer de la población de mujeres con sus iniciativas de emprendimiento o fortalecimiento de sus negocios familiares. Este el punto álgido que muestra la comprensión que aborda la problemática sobre la cual se busca desarrollar esta apuesta productivo o de desarrollo empresarial (Carrasco, 2011).

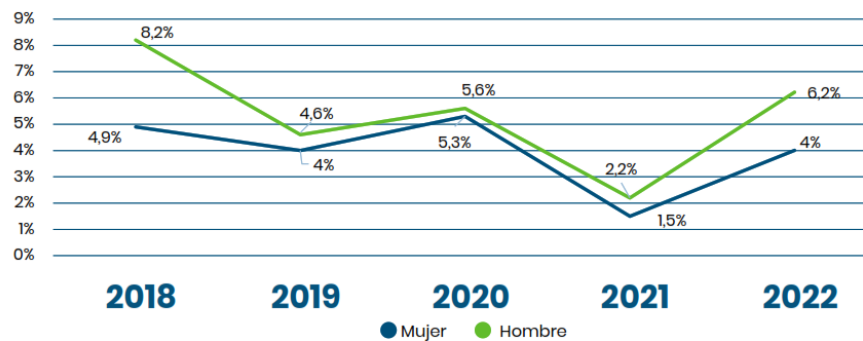
Las actividades familiares tales como; cuidado de los niños, servicios en el hogar, cuidado de personas mayores, etc., están bajo la responsabilidad de las mujeres y esto hace

que se les dificulte el que puedan contar con tiempo y tranquilidad para dirigir sus negocios o actividades empresariales, en paralelo con sus procesos de responsabilidad con la familia.

“Consideran que, aunque la mujer se ha abierto campo en el mundo empresarial aún existen obstáculos que impiden el total desarrollo del género femenino en el emprendimiento [...] los sesgos que se aprenden de generación en generación, el no sentirse capaz y las brechas que se crean desde la crianza y la educación, son algunos de los baches que encuentran las mujeres al crear empresa” (Diario Portafolio, 2019).

Además, en el mundo, existe una mayor proporción de hombres que de mujeres que participan en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), de acuerdo a Global Entrepreneurship Monitor (Diario La República, 2020). En el informe de género, de 2018-2019, a nivel global, la TEA para las mujeres fue del 10,2%, aproximadamente tres cuartos de lo visto para los hombres. En la Figura 1, se presenta la propensión hacia la actividad empresarial, es decir, empresarios establecidos, por su sigla EBO, por género en Colombia entre los años 2018 a 2022 (Martínez, et al. 2023).

Figura 1. Propensión hacia la actividad empresarial EBO por género en Colombia (2018 – 2022)



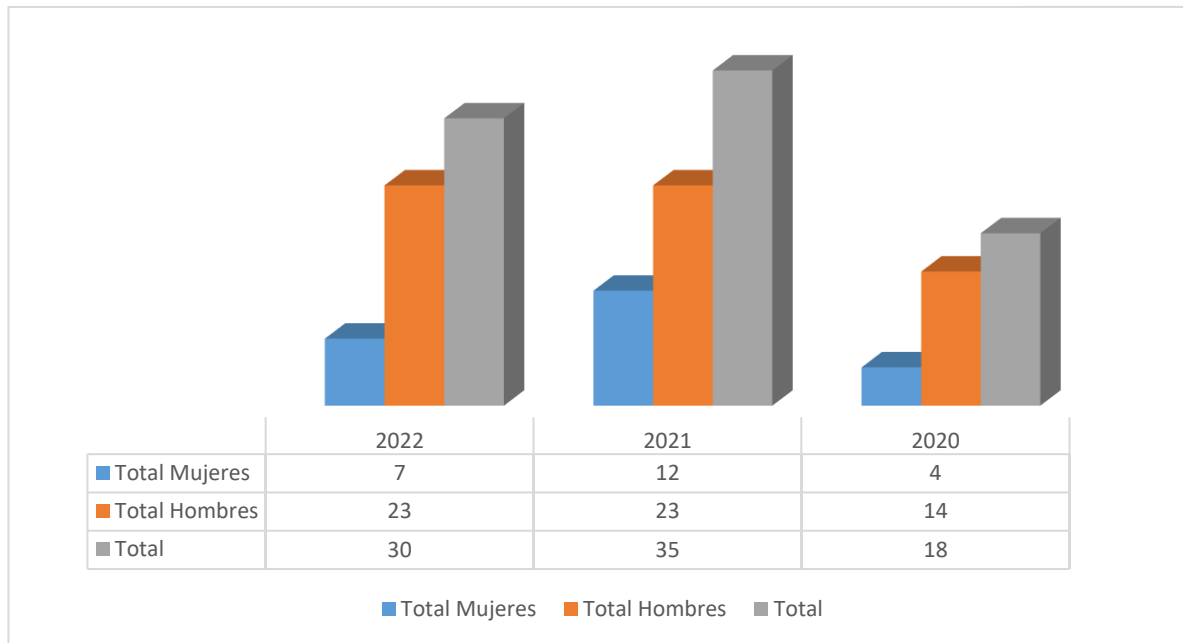
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Fuente: (Martínez, et al. 2023).

Asimismo, en Colombia, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 2022-2023, según Martínez, et al. (2023) señala que se presenta una brecha por género, al analizar la propensión por actividad empresarial establecida durante los años 2018 – 2022, la cual se mantiene cercana a 2 puntos porcentuales, en comparación con los hombres 6,2% y 4%.

Se analizaron los datos estadísticos de los últimos tres años (2020 – 2022) del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA, regional Caquetá, quien utiliza la metodología *Small Business Development Centers* (SBDC) donde se fomenta la cultura emprendedora y se impulsa el emprendimiento y se evidencia una marcada brecha entre las mujeres y hombres que deciden iniciar a emprender versus los que realmente terminan emprendiendo. Se han creado 83 empresas de las cuales el 28% son lideradas por mujeres y el restante 72% son ideados y conducidos por hombres, resaltando la notable diferencia que existe, toda vez que, los hombres son los que terminan el proceso que los lleva a materializar su plan de negocios con la creación y puesta en marcha de sus empresas, mientras que las mujeres desisten durante el proceso (camino) por diversas razones, entre las más representativas se encuentran causas como por ejemplo: barreras culturales, autoconfianza, poca motivación, la no creencia en sus talentos, o en su capacidad para ser creativas e inteligentes, o por razones asociadas a emociones como el miedo, entre otras, como el bajo nivel educativo y múltiples ocupaciones en el hogar. En la Figura 2 se puede evidenciar las cifras mencionadas anteriormente.

Figura 1. Empresas creadas por genero SBDC SENA Caqueta (2020 – 2022)



Fuente: Elaboración propia

En los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la ONU, se establece el objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas, dando relevancia a la equidad de género en todos los campos, y el campo empresarial es significativo para este objetivo, pues brinda oportunidades de desarrollo integral a las mujeres, de la misma forma en que se brinda a los hombres y por ello, es muy importante revisar las propensiones de los hombres y de las mujeres colombianas hacia la actividad empresarial.

Desde esta perspectiva, y teniendo como base la información recopilada, se evidencia que emprenden más los hombres que las mujeres, que el nivel educativo es mayor en hombres, que las personas deciden emprender desde la etapa de la juventud y por último que el hombre vuelve y toma relevancia en la creación y puesta en marcha de las empresas, donde

las mujeres tienen poca participación. Esto no significa que este bien o mal lo que se pretende con este análisis es descubrir las verdaderas causas por las que pocas mujeres emprenden o desisten de este proceso y poder aportar una serie de herramientas que permitan encaminarlas nuevamente hacia el empoderamiento femenino y puedan emprender. Toda vez que la mujer es la base de la economía familiar.

El objetivo en MujerEmprende con propósito, está encaminado a asesorar en gestión de marca personal y formulación de planes de negocios con asistencias técnicas a mujeres que tienen ideas de negocio o han iniciado el desarrollo de algún emprendimiento en particular para apoyar la economía familiar.

Las herramientas utilizadas para validar el modelo de negocio son el lienzo canvas, tarjeta persona, identificación de los Jobs to be done, se cuenta con 3 programas; Gestión de la marca personal, Gestión del negocio, Formulación de plan de negocios. Servicios que fueron prototipados y validados con mujeres consultantes.

La estructura que presenta este documento contiene el modelo de negocio, la descripción de los servicios que se prestarán a las mujeres consultantes, los ingresos que generará el emprendimiento durante los próximos 5 años, la estructura organizacional del equipo de trabajo, la infraestructura requerida para el funcionamiento del negocio, plan de mercadeo, entre otros aspectos esenciales para su funcionamiento.

2. Concepto de Negocio

Mujer Emprende con propósito, es un emprendimiento que nace para ayudar a otras mujeres, donde se conjuga la experiencia de más de 6 años trabajando con emprendedores y emprendimientos, así como la experiencia personal en procesos de asesoría en marca personal y acompañamiento técnico empresarial. Donde el concepto de negocio desarrollado está basado en empoderar y apoyar a mujeres emprendedoras a hacer crecer sus propios emprendimientos con un propósito más allá del factor económico.

Esta premisa está enmarcada en la creencia que las mujeres tienen un papel fundamental en la creación de un cambio positivo en el mundo a través del emprendimiento con propósito. En la actualidad el rol que desempeña la mujer en la familia genera mayor bienestar a sus familias, reducción de la pobreza, contribuye a que crezca la economía, toda vez que aporta a la producción, contribuyendo así al sostenimiento de las economías locales y estructuras sociales. Esto será fuente de inspiración para otras mujeres, generará un efecto multiplicador a través de las historias. Creemos en el poder del emprendimiento para generar un cambio positivo en el mundo.

MujerEmprende con Propósito es un innovador concepto de negocio business-to-consumer B2C que se enfoca en empoderar a las mujeres emprendedoras para que desarrollen sus propios negocios con un propósito más allá del beneficio económico. En este modelo de negocio, nos comprometemos a ofrecer una experiencia personalizada, centrada en el ser, hacer y saber, para satisfacer las necesidades únicas de nuestras usuarias.

La propuesta del servicio que se ofrece son procesos de acompañamiento empresarial aplicando herramientas de asesoría en marca personal y asistencias técnicas en formulación de planes de negocios, donde se lleva a mujeres emprendedoras o empresarias de la mano a crear una nueva y mejor versión, con nuevos hábitos, más felices, más seguras, con más confianza, con mucha paz y con un propósito en sus vidas.

Brush y Greene (2017), afirman que, junto con las circunstancias del ciclo de vida, en la decisión (si se tiene la libertad de escoger) de una mujer de participar o no en el mercado laboral, incide un complejo conjunto de factores que pueden clasificarse en tres grandes grupos: preferencias personales, barreras socio-económicas (institucionales, económicas y físicas) y roles de género; factores los cuales a su vez son determinados por las normas prevalecientes en la sociedad, y tienen una gran interconectividad e interdependencia con los diversos resultados del mercado laboral, así como con la educación y las oportunidades educacionales las cuales incluyen el acceso y la calidad.

Elam et al. (2021) enfatizan en que las mujeres se enfrentan importantes barreras culturales en algunos países del Medio Oriente, África y América Latina, principalmente en aquellos que están vinculados a sistemas muy conservadores de creencias de género y restricciones culturales. Razón por la cual los responsables de crear las políticas públicas deben considerar formas de apoyar a las mujeres emprendedoras en sus esfuerzos por escalar sus empresas en beneficio de las comunidades locales y la economía nacional.

Consecuentemente, debe tenerse en cuenta que, el emprendimiento está determinado por condiciones exógenas las cuales pueden generar diferentes impactos dependiendo del

contexto en el que se desarrolle la actividad económica y se forme el individuo, relacionadas con los modelos de rol, la ocupación de los padres del emprendedor, la influencia materna en el ámbito profesional y el contexto social, como tal, permeado por creencias, costumbres y el nivel educativo (Sahinidis, et al. 2019).

Este escenario conduce a analizar una serie de factores que puedan actuar como impulsores o limitadores del espíritu empresarial, entre los que se destacan algunas cualidades psicológicas como la asunción de riesgos, la creatividad, el control interno, la autosuficiencia, la motivación de progreso, además de la conciencia empresarial y la identificación de oportunidades en el entorno inmediato y confianza, como impulsores (Tripopsakul et al, 2022). De otro lado, las limitantes más frecuentes están determinados por estereotipos de género que se convierten en inhibidores sociales (Van Ewijk y Belghiti-Mahut, 2019).

2.1 Descripción de la Idea de Negocio

Mujer Emprende con propósito, ofrece programas de asesoría de marca personal y empresarial que reúne distintas técnicas de manejo de emociones, inteligencia emocional y desarrollo de habilidades para el emprendimiento que permiten a la mujer su real empoderamiento hacia la consecución de sus objetivos como madre cabeza de hogar y a la vez empresaria.

La ventaja competitiva consiste en que los servicios se prestan a través de un acompañamiento de marca personal articulado con la asistencia técnica para la formulación empresarial de ideas de negocio. Se parte de la historia y la experiencia, para crear con cada

usuaria un plan de reforzamiento en los dos ámbitos que implica los servicios de la idea de negocio. La persona que termina este proceso tiene una hoja de ruta; tareas y tiempos específicos y cuenta con todas las herramientas y los conocimientos para gestionar su propia marca personal y su negocio. En el Departamento del Caquetá y en el municipio de Florencia, no existe una empresa que preste este servicio a mujeres emprendedoras.

La misión de esta idea es asesorar y acompañar a toda usuaria en el diseño de su proyecto de vida empresarial desde el acompañamiento técnico y emocional.

La visión de esta idea es fomentar el acompañamiento a mujeres emprendedoras, inspirando y guiándolas hacia su crecimiento, mejora, cambio y transformación, para lograr su máximo potencial a través de la aplicación de un proceso de asesoría y acompañamiento en la gestión de la marca personal y la asistencia técnica en formulación de planes de negocio.

Los valores están enmarcados en la transformación, la confianza, la cercanía, el aprendizaje, la humanidad, la responsabilidad, la reflexión, la asertividad, la amistad, la flexibilidad, la esencia, la pasión, la generosidad, y la autenticidad. Así como la excelencia, el compromiso, la orientación al avance y la integridad.

El mercado objetivo de la idea de negocio, son mujeres mayores de edad, con unidades productivas desarrolladas desde la informalidad. Además, dentro de sus características psicográficas se incluyen usuarias con personalidades o arquetipos asociados a emociones como el miedo a la frustración, la bipolaridad, o la dependencia económica.

Estas características, dentro del perfilamiento serán evidentes o analizadas a través del diagnóstico inicial que se les hace al iniciar el servicio.

En MujerEmprende con propósito, los objetivos en el corto plazo están enmarcados en: a) Desarrollar y crear perfiles en redes sociales como Facebook e Instagram, así como lanzar un sitio web para aumentar la visibilidad y atraer a más mujeres consultantes. Durante los primeros 3 años de operación del negocio se busca fomentar relaciones con las clientas que permita construir una cartera de aproximadamente 246 mujeres consultantes, de quienes se obtendrán testimonios, casos de éxito para demostrar la eficacia de los servicios. b) Desarrollar 3 programas específicos adaptados a las necesidades de las mujeres consultantes para ofrecer soluciones atractivas. c) Realizar asociaciones estratégicas con empresas u organizaciones dedicadas a impulsar el aparato productivo como cámaras de comercio territoriales o agremiaciones sin ánimo de lucro, asociaciones de mujeres, entre otras para dar a conocer los servicios, ampliar el alcance de nuestro emprendimiento y proporcionar oportunidades de colaboración. d) Invertir en formación continua al equipo de trabajo para continuar garantizando calidad en los servicios que se prestan.

En el largo plazo MujerEmprende con propósito, tiene como objetivos: i) Ampliar el portafolio de servicios de acuerdo a las tendencias del mercado. ii) Posicionar la marca del negocio a través de valores como la reciprocidad, el impulso femenino y la consecución de nuevas formas de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las usuarias en la región sur del país.

Los servicios de asesoría en marca personal y empresarial se han convertido en las opciones preferidas por la mayoría de las personas para dar cambios en sus ámbitos personales y profesionales. Según el Portal web de Daniel Colombo (2021), la Federación Internacional de Coaching mostró los resultados del Estudio Global de Concientización del Consumidor 2022 entre los mayores impactos que las asesorías en marca personal han provocado en la vida de las personas son 1) mejoras de las habilidades de comunicación (42%), 2) incremento de la autoestima y autoconfianza (41%), 3) balance de la vida personal y profesional e incremento de la productividad (ambas con 38%) y 4) equilibrio de la calidad de vida (35%).

2.2 Portafolio de Productos y/o Servicios

La propuesta de negocio emprendimiento puede ser desarrollada de forma presencial en la ciudad de Florencia en el departamento del Caquetá o con el apoyo asistido de medios digitales a través de una dinámica sincronizada (para el caso de mujeres en el resto de Colombia o a nivel internacional) con mujeres que tiene una idea de negocio o están empezando a emprender, por lo tanto, el trabajo consistirá en trabajar con ellas para fomentar una adecuación en la oferta de su marca personal con el fin que ellas puedan desarrollar sus capacidades, habilidades y creatividad, contribuyendo a maximizar su propio desempeño y productividad para formular planes de negocios que le apuesten a adecuar su proyecto de vida.

Desde esta perspectiva se han establecidos 3 programas, que tienen el siguiente propósito:

1. Gestión de la marca personal: En este primer programa se revisa todo un diagnóstico personal y organizacional del individuo desde su capacidad para crear su propia identidad como marca y establecer sus fortalezas y debilidades para la gestión de emociones, el trabajo y la capacidad de generar ideas innovadoras y estratégicas.

Los Beneficios en este primer programa son:

- Aprende las bases para fortalecer y establecer tu Marca Personal.
- Pensamiento estratégico y creativo
- Define tu estrategia de generación de conversaciones orgánicas.
- Aprende hacks para crear contenido eficientemente.
- Estandariza tus procesos de comunicación.
- Estandariza tus procesos de ventas (Técnicas de ventas, Libreto de ventas y Gestión de objeciones)

Los Resultados esperados son:

- Estrategia de fortalecimiento de marca personal (incluye guía).
- Plan de generación de contenidos (incluye plantilla).
- Definición de métricas de éxito. KPIs
- Guía de ventas (incluye plantilla).

Los servicios que incluye este programa son:

- 12 sesiones personalizadas (1 hora c/u) para avanzar en objetivos específicos.
- 3 meses acompañamiento vía WhatsApp para resolver dudas y bloqueos.
- 1 curso online con las bases para construir una marca personal exitosa.
- Ebooks para fortalecer Marca Personal.
- Suscripción al newsletter diario o blog del sitio web organizacional.
- Acceso al grupo privado de Marca Personal. #MujerEmprende
- Tablero con lo visto en las sesiones.
- Grabación de todas las sesiones.

2. Gestión del negocio: En este segundo programa se revisa todas las ideas de negocio que tiene el individuo y se analiza sus potenciales formas de desarrollo. Para este programa la mujer analiza el entorno, el mercado, las tendencias y es capaz de conformar la propuesta de valor cuantificando su impacto.

Los Beneficios en este segundo programa son:

- Aprender a identificar tendencias a través de coolhunting
- Diseño de propuesta de valor
- Metodologías de creación como *Design Thinking*
- Metodologías para analizar el sector y el mercado
- Capacidad para evaluar un mercado y medir su impacto
- Formular una propuesta inicial de generación de valor a través de una idea.

Los Resultados esperados son:

- Plan estratégico de formulación de la idea de negocios (incluye guía).
- Metodología para la identificación de tendencias (incluye plantilla).
- Herramienta de co-creación para diseñar propuesta de valor.

Los servicios que incluye este programa son:

- 12 sesiones personalizadas (1 hora c/u) para avanzar en objetivos específicos.
- 3 meses acompañamiento vía WhatsApp para resolver dudas y bloqueos.
- 1 curso online con las bases para construir una marca personal exitosa.
- Suscripción al newsletter diario o blog del sitio web organizacional.
- Acceso al grupo privado de Marca Personal. #MujerEmprende
- Tablero con lo visto en las sesiones.
- Grabación de todas las sesiones.

2. Formulación de plan de negocios: En este tercer programa se consolida la idea de negocios a través de la estructuración de un plan que evalúa el negocio como un proyecto para acceder a fuentes de financiación. Para este programa la mujer es capaz de cuantificar los impactos del negocio y aprende a vender su idea para acceder a la banca o a convocatorias de emprendimiento o fortalecimiento empresarial.

Los Beneficios en este tercer programa son:

- Calcular la evaluación del proyecto
- Gestión financiera y proyección de ventas
- Aprender a buscar convocatorias y fuentes de financiación
- Sistemas de ventas y pitch para promocionar la idea de negocio
- Estrategias para el desarrollo de canales de distribución.
- Sistemas para aprender a tomar decisiones.

Los Resultados esperados son:

- Plan financiero y de evaluación de la idea de negocio.
- Metodología para vender su idea de negocio o emprendimiento.
- Guía para buscar convocatorias o fuentes de financiación.

Los servicios que incluye este programa son:

- 12 sesiones personalizadas (1 hora c/u) para avanzar en objetivos específicos.
- 3 meses acompañamiento vía WhatsApp para resolver dudas y bloqueos.
- 1 curso online con las bases para construir una marca personal exitosa.
- Suscripción al newsletter diario o blog del sitio web organizacional.
- Acceso al grupo privado de Marca Personal. #MujerEmprende
- Tablero con lo visto en las sesiones.
- Grabación de todas las sesiones.

Para establecer el precio de venta de los servicios se consideró el costo de cada programa (lo que este incluye) y el nivel de rentabilidad esperado. Al realizar un análisis de la competencia (empresas que en la actualidad ofrecen actividades similares en gestión de la marca personal y asistencia técnica en la formulación de planes de negocios o asesoría en emprendimiento) se hizo una comparación de acuerdo a lo que ellos presentan en su sitio web en planes y/o programas.

2.3 Fuentes de Ingresos

La fuente de ingresos proviene de la venta de programas, el cual la consultante elige de acuerdo a sus objetivos y propósitos específicos. Una vez selecciona y adquiere el programa adecuado, se genera un ingreso para la empresa. Este ingreso contempla un componente de costo de venta, el cual cubre los costos operativos asociados. Estos costos están detalladamente estimados y presentados en el apartado de Costo de Venta dentro del plan financiero.

Teniendo en cuenta que para el año 2022 según Registro Único Empresarial y Social -RUES- en su sitio web, calculó que 143.466 unidades productivas fueron registradas por mujeres, se estima atender aproximadamente una población objetivo de emprendedoras de 0,17% (participación en el mercado esperada), representado en el primer año en la venta de 246 programas (entre las 3 alternativas), que brindaran un acompañamiento de gestión de marca personal y asistencia técnica en formulación de propuestas de valor y planes de negocio. En la Tabla 1 se presentan la proyección de los ingresos operativos a partir de la plantilla de modelo financiero que se trabajó en las sesiones presenciales durante el desarrollo de la maestría.

Tabla 1. *Ingresos operativos – Modelo financiero (PLANITLLA)*

Item	Producto	Precio por servicio	Mercado total en unidades por servicio	Participación del mercado de la empresa en análisis	Ventas de las empresa analizada en unidades de servicio	Ingresos operativos en pesos colombianos COP
1	Programa Gestión de Marca Personal	\$1.800.000	143.466	0,07%	96,00	\$172.800.000
2	Programa Gestión del Negocio	\$2.200.000	143.466	0,08%	120,00	\$264.000.035
3	Programa Formulación Plan de negocios	\$2.200.000	143.466	0,02%	30,00	\$66.000.000
Total de ingresos						\$502.800.035

Fuente – Elaboración propia - materia Decisiones Financieras

2.4 Portafolio de Clientes

En MujerEmprende con propósito, los programas están dirigidos a mujeres que reúnen algunas de las siguientes características; mayores de edad, que están en una etapa de la vida donde están explorando emprendimientos o ya han iniciado uno perteneciente a cualquier sector económico, tienen un nivel mínimo de educación (bachillerato), son cabezas

madre de hogar y/o poseen un núcleo familiar conformado por su pareja, hijos, entre otros integrantes.

Actualmente no se conoce una estadística de mujeres emprendedoras que realizan actividades de emprendimiento desde la informalidad o que están con la iniciativa de iniciar sus propios negocios. De acuerdo a la Secretaría de Emprendimiento y Turismo de la Alcaldía de Florencia casi el 70% de los emprendimientos registrados en sus bases de datos corresponde a titulares del género femenino.

Se visiona como posibilidad toda mujer que está desarrollan alguna iniciativa de emprendimiento y desea convertirla en un negocio con proyección en cuanto a generación de desarrollo económico y de empleo.

2.5 Posicionamiento en el Mercado

Como se plantea con más detalle en el plan de mercadeo, el mercado objetivo esta dado por las mujeres que de forma independiente tienen ideas de negocio o están desarrollando iniciativas empresariales. Según el sitio web de la Red de Cámaras de Comercio del país, el 62,5% de las empresas de personas naturales creadas durante 2022, que ascienden a 143.466 unidades productivas, son iniciativas lideradas por mujeres. El mayor número de estas empresas está en los sectores de comercio al por mayor y al por menor (45%), alojamiento y servicios de comida (20,5%) e industrias manufactureras (9,1%) (Confecámaras, 2023).

La estrategia de posicionamiento se basa en producto, es decir, en los programas que brindan esta propuesta de negocio, los cuales son personalizados y atienden el ciclo de vida de los emprendimientos y la situación actual de cada usuaria. Lo que inicialmente se hace es invitar a una asesoría gratuita a la emprendedora, que dura aproximadamente una hora, en la cual se escucha todas las condiciones del negocio y personales. Sobre ello se establece un diagnóstico en el cual se sitúa el tipo de programa que requiere la persona incluyendo algunas estrategias de mejora que se exponen dentro de la reunión para que ella sienta que desde un primer momento hubo algo de valor que pudo adquirir para mejorar sus condiciones de vida.

Como parte del proceso de posicionamiento se busca hacer visitas y webinar o conferencias gratuitas para orientar a las mujeres en las tendencias actuales en el desarrollo de negocios. Con este tipo de actividades y la participación en ferias locales, regionales y nacionales de emprendimiento, se pretenden dar a conocer los programas y este negocio.

El plan de posicionamiento incluye una imagen corporativa anclada a valores como la confianza, el respeto, la privacidad y el profesionalismo de los encargados de cada programa, en este caso algunos elementos importantes son: a) un sitio web con los servicios del negocio además de un blog dedicado a mostrar historias empresariales de éxito y post o contenidos dedicados a los negocios. b) desarrollo de contenido didáctica y educativo de valor para otorgar de forma gratuita en la plataforma, como plantillas o metodologías para el desarrollo de negocios.

Para el primer punto ha sido la creación del sitio web <https://bullfrog-guitar-773z.squarespace.com/> allí se presenta la empresa, su misión, los productos y el equipo

humano que la conforma. El propósito es crear una identidad digital que le permita a las clientas potenciales tener una información preliminar de la empresa. La empresa tendrá un perfil o página en las redes sociales de Facebook, Instagram y LinkedIn en los cuales se espera compartir contenido educativo que permita a los usuarios potenciales y del negocio información novedosa que pueden aplicar a sus emprendimientos o a su marca personal. Estos espacios se convertirán en la continuación de los programas luego que estos hayan sido desarrollados según la necesidad de cada usuaria.

Los Objetivos de la estrategia de posicionamiento de este negocio serán: i) Establecer campañas de casos de éxito de mujeres que allá sido asesoradas a través de los programas. ii) Lograr un *engagement* en todas las redes sociales mencionadas o con presencia del proyecto a través de las publicaciones por encima de 600 puntos por cada semana. iii) Obtener una participación del mercado del 0,17% para el primer año. iv) Ofertar talleres gratuitos en alianzas con entidades como Cámaras de Comercio, Unidades de emprendimiento de Universidades y Entidades territoriales y el SENA.

3. Descripción de los Elementos Organizacionales del Emprendimiento

MujerEmprende con propósito es una empresa basada en ayudar a empoderar a otras mujeres en servicios de marca personal y formulación de planes de negocio. Kelly Johanna Yanguas Arias, líder principal de este proyecto, cuenta con más de 16 años de experiencia profesional en empresas públicas y privadas de la región y desde hace 6 años con el SENA en el Centro de Desarrollo Empresarial SBDC asesorando a emprendedores y empresarios. Creando empresas que han obtenido recursos por encima de los mil millones de pesos en 2 años.

Para dar inicio a las operaciones del negocio de manera formal y legal, se constituirá en Cámara de Comercio de Florencia registro mercantil como persona natural con establecimiento de comercio. Los demás requerimientos legales a cumplir para el normal funcionamiento del negocio, entre otros son; certificado de uso de suelo, certificado de registro bomberil, actualización del RUT ante la DIAN, llevar registros contables, impuesto de industria y comercio, implementar Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG-SST) entre otras.

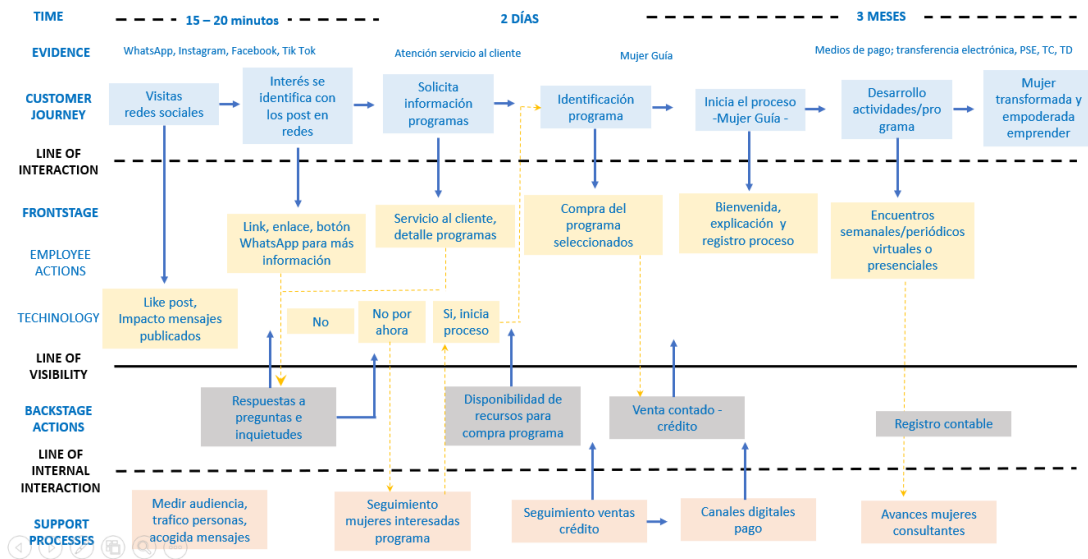
MujerEmprende con propósito es un emprendimiento que recién inició sus operaciones y mientras se fortalece, opta por esta opción de empresa para evitar cargas tributarias, contables o financieras por estar creado como persona jurídica.

La estructura organizativa de la empresa estará liderada por la gerente, quien realizará la supervisión directa, y estará al tanto de las actividades del personal y la empresa, además de contar con un auxiliar administrativo, auxiliar de publicitario, contador y mujeres guías, estas últimas serán contratadas conforme la demanda respectiva de los servicios.

La propuesta de trabajar el problema planteado con mujeres emprendedoras en el municipio de Florencia (Caquetá) basados en asesoría de marca personal y asistencia técnica para el desarrollo de planes de negocio no presenta problemas legales en Colombia para arrancar el ejercicio.

Figura 2. Diagrama Proceso – Servicio

Service Blueprint



Fuente: Autor

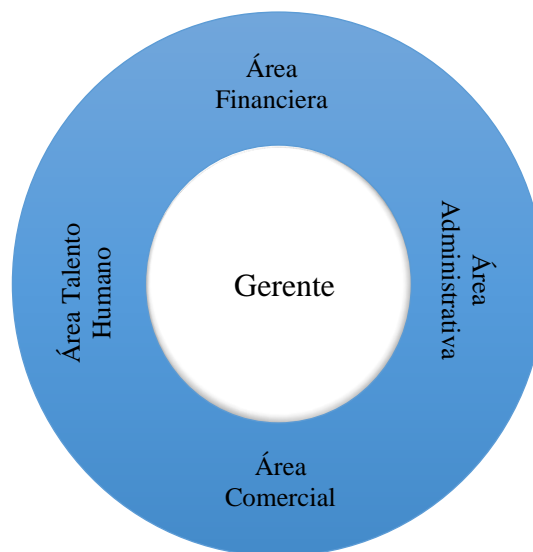
En la Figura 4 se presenta el diagrama de procesos y servicios. Este muestra el proceso a seguir para ofrecer los servicios, el cual inicia con la atracción de mujeres consultantes por medios digitales y el voz a voz, una vez identificada o manifieste su interés, se procede con un saludo inicial, seguimiento e información inicial de los programas así como información de los costos e identificación del programa, verificación de la forma y medio de pago, registro al programa, reunión de bienvenida e información de la garantía del proceso a desarrollar e inicio de las sesiones que tendrán un tiempo de duración de aproximadamente 3 meses y se puede extender hasta 9 meses dependiendo el programa que cada persona elija.

3.1 Propiedad y Junta Directiva (estructura organizacional)

La propiedad del capital de la empresa es de carácter privado, del orden nacional, en Cámara de Comercio de Florencia, se realizará el proceso correspondiente para obtener

matricula mercantil como persona natural con establecimiento de comercio. Se escoge esta forma de organización por considerar que es una forma legal y segura en el ámbito empresarial y comercial, asume todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial, celebrar contratos, participar en licitaciones, entre otros.

Figura 3. Estructura organizacional



Fuente: Autor

La estructura organizacional (Figura 5) de la empresa es circular, optando por la colaboración y la toma de decisiones compartida, roles flexibles y fluidos, se promueve la comunicación abierta y transparente, el intercambio de información entre todos los niveles facilitando la colaboración, se fomenta el liderazgo distribuido, donde la autoridad y la responsabilidad se comparten entre los miembros del equipo en función de sus habilidades y experiencia.

3.2 Recursos Humanos y/o Empleados que Requiere el Emprendimiento

MujerEmprende con propósito es liderada por su propietaria, madre de 3 hermosas hijas Valentina, Salome y María José. Es Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia

de Empresa y actualmente se encuentra finalizando una Maestría en Emprendimiento e Innovación. Cuenta con 16 años de experiencia profesional y laboral, de los cuales 6 años los ha dedicado asesorar a emprendedores para crear empresa en la región y a empresarios.

Esta última experiencia, la ha llevado a trabajar con mujeres que deciden emprender, en el proceso ha podido evidenciar como muchas de estas mujeres que tienen talento, presentan una serie de limitaciones a nivel intelectual, moral, espiritual, psicológico, económico y cultural, factores que impiden que puedan consolidar emprendimientos productivos, rentables y exitosos, quedándose relegadas a unidades productivas o emprendimientos informales que escasamente les provee el sustento diario.

Dado el alcance y tamaño inicial de la empresa en la Tabla 2 se detalla la descripción de los cargos que se requieren para su operación.

Tabla 2. Equipo de trabajo MujerEmprende con propósito

Nombre del cargo	Funciones	Perfil	Tipo de contrato	Dedicación	Remuneración
Gerente / Emprendedora	Dirigir, gestionar y administrar las operaciones internas y las relaciones externas de la empresa	Administradora de Empresas, experiencia laboral 2 años	Nómina	Tiempo completo	\$2.000.000
Auxiliar administrativo	Servicio al cliente Manejo del archivo	Técnico/tecnólogo asistencia administrativa. Experiencia laboral 6 meses	Nomina	Tiempo complejo	\$1.300.000
Auxiliar de publicidad	Posicionamiento de la empresa en el	Técnico/tecnólogo. Experiencia laboral	Prestación de	Horas/mes	\$500.000

	mercado, diseñar estrategias de publicidad. Crear campañas de publicidad. Realizar medición del impacto generado por la publicidad.	1 año	servicios		
Contador	Encargado de manejar la parte contable y de finanzas de la empresa, como manejo de libros contables, estados financieros, transacciones contables, etc.	Contador público, graduado y con tarjeta profesional activa. Experiencia profesional 2 años.	Prestación de servicios	Horas/mes	\$500.000
Mujeres guías	Realizar ventas de programas. Orientar y hacer acompañamiento a mujeres consultantes	Profesionales en psicología. Experiencia profesional 1 año	Prestación de servicios	Horas/mes	\$3.000.000

3.3 Descripción de Socios y/o Alianzas que Requiere el Emprendimiento

En MujerEmprende con propósito los socios y/o alianzas permiten acceso a nuevas audiencias y oportunidades de colaboración. Entre las más representativas están; Cámara de comercio de Florencia, SBDC – SENA Centro de Desarrollo Empresarial, Unidad de Emprendimiento Universidad de la Amazonia - UNAD, unidad de emprendimiento Alcaldía de Florencia, con quienes podemos trabajar articuladamente para ofrecer talleres aborden aspectos físicos, mentales y emocionales del bienestar personal. Para identificar y atraer mujeres emprendedoras hacia los programas que ofertamos.

El principal canal de ventas es el directo a mujeres consultantes, donde se establecen relaciones a través de contratos que permitan desarrollar el programa seleccionado. La

gerente será la encargada de la celebración de los contratos y la mujer guía será la encargada de iniciar y culminar el proceso comercial con las mujeres consultantes.

3.4 Procesos de Negocio

Es importante recordar que cada mujer y situación es única, así que se deben ajustar o adaptar estos procesos según las necesidades individuales y los objetivos específicos de cada usuaria. A continuación, se presentan los procesos clave para prestar un servicio de gestión de marca personal y asistencia técnica en formulación de planes de negocio de manera efectiva:

Contacto Inicial y Valoración: Conversación inicial con la mujer consultante para comprender sus necesidades y expectativas. Aplicación del test – cuestionario, para poder valorar su situación actual.

Establecimiento Plan de acción: Establecer con la mujer consultante el camino a seguir, lo que quiere lograr, definir objetivos claros para la construcción de su nueva vida, versión y enfocada en su emprendimiento.

Sesiones: Realizar sesiones (de acuerdo a cada programa) según lo acordado con la mujer consultante y conforme presente los avances o tareas asignadas. Se utilizarán técnicas y herramientas de co-creación y asesoría integral.

Seguimiento: Seguimiento regular al progreso de la consultante y realizar la respectiva realimentación constructiva, apoyo continuo para superar problemas y mantener la motivación.

Recursos de apoyo: En el desarrollo de las sesiones se suministrarán recursos adicionales, tales como, videos de casos de éxito, lecturas sobre tendencias y ejercicios prácticos de creatividad.

Cierre proceso y Celebración: Reflexión sobre el aprendizaje obtenido, logros alcanzados, analizar el progreso y finalizar el desarrollo de un pitch o autoevaluación.

Seguimiento post venta: Mantener el contacto con la consultante a través de grupos de WhatsApp, invitaciones a talleres o conferencias gratuitas, para mantener fidelización y asegurarse de los cambios continúen y proporcionar apoyo en caso de ser necesario. Evaluar el impacto.

Para la prestación del servicio a través de los programas que ofertamos en MujerEmprende con propósito, todo inicia con el interés a través del voz a voz o la información contenida en las sitio web, publicaciones en Instagram, Facebook, cuando la mujer consultante hace el contacto con la empresa se inicia con mensaje de bienvenida y saludo inicial donde se escucha sobre lo que le sucede, quiere o busca, se ofrece información de los programas que ofertamos con sus costos e identificación del plan donde se comparte el brochure con toda la información detallada sobre cada uno de los programas, incluidos el valor de la inversión y formas de pago, si aún no toma la decisión se utilizan otros recursos de venta tales como; Videos YouTube corticos donde se explica súper fácil de que se trata cada uno de los programas, si la respuesta es un no, se hace seguimiento hasta que se sienta lista para tomar la decisión. Si toma alguno de los programas, se informa los medios de pago y se confirma el abono o cancelación total, se realiza proceso de registro con datos básico y una vez finalice se coordina un próximo encuentro presencial o virtual de bienvenida donde se aborda la garantía del proceso, el cual depende del compromiso de la consultante. Subsiguientemente se establece un plan de trabajo, se inicia con las sesiones que pueden durar máximo 9 meses, donde se suministran herramientas necesarias y otros recursos de apoyo para poder alcanzar el fin de cada programa.

3.5 Aspectos Legales a Considerar para la Puesta en Marcha del Emprendimiento

Existen varios aspectos legales que tenemos que tener en cuenta para la puesta en marcha de este emprendimiento, a continuación, se expone el Business Model Canvas (Figura 6) asociado a la perspectiva de los aspectos legales, arrojando una perspectiva clara de todos los aspectos que debemos tener en cuenta en nuestro emprendimiento.

Figura 4. *Business Model Canvas Legal*



Fuente: Elaboración propia

Los servicios de asesoría en marca personas y/o asistencias técnicas en planes de negocios no presenta problemas legales en Colombia para su desarrollo. Pero si se debe cumplir con una serie de requisitos legales que no solo asegura el correcto funcionamiento de la empresa, sino que también fortalece su reputación y credibilidad en el mercado.

En MujerEmprende con Propósito, se ha establecido la siguiente planeación para el cumplimiento de los requisitos legales, para dar inicio a sus operaciones y el normal funcionamiento del negocio:

- En cumplimiento a una de las obligaciones mercantiles dispuestas en el Código de Comercio, establecidas en el artículo 19 del Decreto No. 410 del 27 de marzo de 1971, se constituirá en Cámara de Comercio de Florencia registro mercantil como persona natural con establecimiento de comercio. Dónde teniendo en cuenta el objeto social, es preciso establecer la actividad económica en atención a la Resolución Nro. 066 del 31 de enero de 2012, del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) mediante la cual se estableció la nueva Clasificación de Actividades Económicas CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia. Que para el caso de la empresa es 7020 Actividades de consultoría de gestión, en este proceso también se verifica la disponibilidad del nombre comercial y se obtiene el Registro Único Tributario (RUT), requisito necesario para la formalización de la empresa y la inscripción en el registro mercantil.

La obtención de este registro mercantil permite formalizar la actividad económica comercial y anualmente se debe realizar la respectiva renovación. Este proceso se puede realizar personal o virtual y tarda aproximadamente 2 horas y los gastos de constitución oscilan en \$850.000.

- La empresa requiere un espacio físico para desarrollar la actividad comercial, por lo tanto, requiere obtener permiso de uso de suelo, así lo indica el artículo 2 de la Ley 232 de 1995, este trámite se realizará ante la secretaria de planeación municipal, con el fin de obtener el documento que permita tener un concepto de uso de suelo, donde informe qué uso se le podría dar al inmueble según su ubicación geográfica, de conformidad con lo establecido en la normatividad vigente. Además, es un requisito obligatorio para abrir un

establecimiento público. Este trámite no tiene costo, se debe presentar oficio realizando la solicitud respectiva y en promedio tardan 15 días para la entrega del documento antes referido.

- Certificado de Registro Bomberil; En el marco del Decreto 555 de 2011, de la Ley 1575 de 2012 y Resolución 661 de 2014, al contar con un establecimiento de comercio se debe realizar trámite ante el cuerpo de bomberos de Florencia, con el objetivo de la emisión del Concepto Técnico de Bomberos, a través del cual se realiza una visita técnica de inspección ocular de seguridad por parte del personal de bomberos, donde se revisaran las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios, que se pueden presentar o inducir en los establecimientos del municipio. Este concepto tiene una vigencia de un año y puede ser requerido al ciudadano por autoridades como la Policía (Código de Policía Ley 1801/2016 y Sello Seguro, Dec. 372/18).

Este trámite se realiza directamente en las oficinas de bomberos, presentando copia del certificado de existencia y representación legal, tarda en promedio 15 a 20 días y se debe realizar pago de \$150.000 por los derechos de Inspección Técnica.

- Impuesto de Industria y Comercio: Conforme al artículo 32 de la Ley 14 de 1983, este impuesto se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios y que se causa así la persona posea o no establecimiento de comercio, es liquidado y cancelado para el año 2025, teniendo como

base los ingresos obtenidos en el año anterior y se realiza en la secretaria de hacienda municipal.

- Facturación electrónica: En atención a la resolución 042 de 2020, emitida por la Dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN se debe implementar la facturación electrónica. Donde se puede facturar con software o el sistema gratuito de la DIAN o adquirir una licencia a través de un proveedor tecnológico. Donde se debe realizar los siguientes pasos:
 - Actualización del registro único tributario RUT y de las responsabilidades.
 - Solicitar autorización de numeración para facturar electrónicamente
 - Asociar prefijos o consecutivos para la numeración definida en el paso anterior.
 - Enviar el registro único tributario RUT y resolución de facturación.

El costo de la facturación electrónica depende del tipo de sistema y del plan que adquiera con el proveedor tecnológico. En promedio el adquirir un paquete contable para este proceso con SIIGO o SAMIT oscila entre \$1.200.000 a \$1.500.000.

Para efectos de normatividad laboral en MujerEmprende con Propósito se garantizará los derechos de sus trabajadores que surjan de la relación laboral entre las partes. Para ello toda relación laboral estará formalizada por un contrato laboral y bajo lo dispuesto en el Código Sustantivo del trabajo, la constitución Política de Colombia y demás leyes laborales.

Una vez la empresa esta formalizada y se disponga de contratar a empleados, previamente se deben realizar los siguientes registros:

- Registrar la empresa ante la caja de compensación familiar.
- Registrar la empresa ante una Administradora de Riesgos Laborales (ARL).
- Registrar la empresa y los empleados al sistema de pensiones.
- Inscribir a los empleados a un plan obligatorio de salud.
- Afiliar a los empleados a un fondo de cesantías.

El tiempo aproximado para estos trámites es de 7 días.

Todo lo anterior es teniendo en cuenta la Constitución Política de Colombia, Convenios y tratados internacionales, legislación para el sector público y privado. Como la Ley 100 de 1993 y demás normas legales, Ley 1819 del 29 de diciembre del 2016, Artículo 13 de la Constitución Política, El artículo 127, 158 y 160 del Código Sustantivo de Trabajo y la Ley 50 de 1990 en su artículo 21 y 249.

Las empresas con más de dos empleados y empleados que ganen menos de 10 SMMLV, están exento de pago ICBF y SENA. La empresa solo realizara pago de servicio de salud correspondiente al 4%, el cual es descontado de la nómina de los empleados.

De acuerdo con el Código sustantivo del trabajo (primera parte) los Empleadores tienen la obligación de pagarle a los empleados: salario, auxilio de cesantías, prima de servicios, dotación de vestido de labor y calzado, descanso en dominicales y festivos, intereses a la cesantía y vacaciones.

En el artículo 45 del Código Sustantivo de Trabajo, nos proporciona la clasificación del contrato de trabajo, de acuerdo con su duración, arrojando las siguientes clases: Por tiempo

determinado (a término fijo), por el tiempo que dure la obra o labor determinada, por tiempo indefinido y para ejecutar un trabajo ocasional, accidental o transitorio.

Para la implementación del Sistema de Gestión de La Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), nos regiremos por la Resolución 0312 de febrero 13 del 2019 por la cual se definen los estándares mínimos del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG-SST). Norma que modifica los requerimientos para aplicar el SG-SST para micro, pequeñas y medianas empresas.

Con esta norma las empresas de menos de 10 trabajadores solamente deben cumplir con 7 estándares y podrá ser realizado por técnicos en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), con licencia vigente en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), que acrediten mínimo un (1) año de experiencia certificada por las empresa o entidades en las que laboran en el desarrollo de actividades de Seguridad y Salud en el Trabajo y que acrediten la aprobación del curso en capacitación virtual de cincuenta (50) horas en SST.

El Código Sustantivo del Trabajo ha establecido en el Título IV todas las disposiciones normativas referentes al Reglamento Interno de Trabajo, en cuyo artículo 104 lo define como el conjunto de normas que determinan las condiciones a que deben sujetarse el empleador y sus trabajadores en la prestación del servicio.

En este sentido, el artículo 105 del citado código señala quiénes están obligados a adoptar el reglamento interno de trabajo, dentro de los cuales se indican:

"ARTICULO 105. OBLIGACIÓN DE ADOPTARLO. 1. Está obligado a tener un reglamento de trabajo todo empleador que ocupe más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente en empresas comerciales, o más de diez (10) en empresas industriales, o más de veinte (20) en empresas agrícolas, ganaderas o forestales.

En el caso de MujerEmprende con Propósito, no aplicaría la obligatoriedad de adoptarlo contratar solo a 2 empleados de carácter permanente y el personal restante estará vinculado por prestación de servicios. Sin embargo, se redactará de acuerdo y con el número de empleados permanentes que laboraran en la empresa, con el fin de mantener la organización en la formalización de la empresa.

Que contendrá: Indicaciones para la prevención de accidentes laborales, que hacer en caso de un accidente, el organigrama de la empresa, funciones de cada cargo, comportamientos prohibidos dentro de la empresa, conducto regular para el manejo de la información y socialización de estas.

En la Constitución Política de Colombia de 1991, los siguientes artículos benefician y promueven cualquier actividad comercial:

“**Artículo 15.** Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas. En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución. La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables.

Solo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley. Para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley” (Constitución Política de Colombia, 1991)

En relación con este artículo en Mujeremprende con propósito se tratarán datos personales privados de las mujeres consultantes, por lo tanto, el manejo de esa información debe ser tan cuidadoso que no se vulnere la intimidad personal o familiar, se establecerá un acuerdo para garantizar la protección de datos y privacidad tal como lo especifica en el artículo. Se debe salvaguardar la información recolectada a excepción de ser solicitada mediante una orden judicial. Así mismo, cualquier información que se pueda filtrar de los colaboradores y socios del negocio podría ser susceptible a impactos en el buen nombre si no se usan apropiadamente.

“**Artículo 48.** La Seguridad Social es un servicio público de carácter obligatorio que se prestará bajo la dirección, coordinación y control del Estado, en sujeción a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad, en los términos que establezca la ley. ...” (Constitución Política de Colombia, 1991)

Los empleos directos de nómina, generados en la puesta en marcha del emprendimiento serán vinculados cumpliendo la normatividad laboral legal vigente, afiliación a la seguridad social y los debidos aportes parafiscales. Y para el caso de los contratos por prestación de

servicios se velará porque cumplan con lo establecido en la normatividad en relación con la seguridad social y ARL como independientes.

- Ley 23 de 1982

“**ARTÍCULO 1.-** Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta Ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de programas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor.” (Congreso de la Republica de Colombia, 1982, p. 23)

MujerEmprende con Propósito creará su logotipo utilizando la plataforma Canva, usando elementos gráficos y sugerencias creadas en Canva.

- Ley 527 de 1999

“Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.” (Congreso de la República de Colombia, 1999)

Esta ley reglamenta la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet, medio que será utilizado para ofertar los servicios de MujerEmprende con propósito, además se compartirán datos personales donde se debe ser cuidadoso con el manejo de la información

- Ley 1581 de 2012

“**Artículo 1°.** Objeto. La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma.” (Congreso de la República de Colombia, 2012).

En MujerEmprende con propósito se brinda protección de los datos de las mujeres consultantes y trazabilidad de la información recopilada. Mediara autorización otorgada por la consultante para el manejo de los datos que son recolectados, almacenados y utilizados, además de no compartir dicha información con otras entidades o grupos comerciales diferentes a los fines propuestos. Ley 1581 de 2012 (Congreso de la República de Colombia, 2012)

4. Descripción de las Operaciones Requeridas por el Emprendimiento

4.1 Instalaciones que Requiere el Emprendimiento

En MujerEmprende con Propósito, no hemos contemplado la opción de alquilar una oficina para llevar a cabo nuestras operaciones comerciales. En su lugar, hemos optado por un modelo de trabajo híbrido, que permitirá alquilar oficinas o salas por horas. Esto nos brindará la flexibilidad necesaria para realizar reuniones semanales con nuestro equipo de trabajo y para ofrecer sesiones presenciales a nuestras clientas, según sea necesario.

En nuestra estructura de costos, hemos considerado diversos rubros. En el costo de venta, se contemplan aspectos relacionados con nómina del personal, marketing digital y dominio

de la página web. Por otro lado, en los gastos administrativos se incluyen, entre otros aspectos, los salarios del personal, los costos de publicidad, el servicio de internet, el alquiler de las oficinas y los servicios públicos.

Este enfoque nos permite gestionar eficientemente nuestros recursos y adaptarnos a las necesidades cambiantes de nuestro negocio, garantizando al mismo tiempo un ambiente de trabajo cómodo y funcional para nuestro equipo y nuestros clientes.

4.2 Infraestructura Tecnológica y de TIC Requerida por el Emprendimiento

La infraestructura tecnológica planificada para el desarrollo de nuestro emprendimiento incluye varios componentes claves, disponibles para clientes y empleados. Estos están relacionados con la creación y mantenimiento de nuestra presencia en línea, así como con la comunicación efectiva con nuestros clientes. Los elementos contemplados son:

Página web: Plataforma web que represente nuestra marca y ofrezca información detallada sobre nuestros servicios y valores. Esta será una herramienta central para interactuar con nuestras mujeres consultantes y potenciales clientas.

Dominio: Adquiriremos un nombre de dominio propio que refleje nuestra identidad de marca y facilite el acceso a nuestra página web.

Redes sociales: Uso de diversas plataformas de redes sociales para amplificar nuestra presencia en línea, interactuar con nuestra audiencia y promover nuestro emprendimiento de manera efectiva.

Correo corporativo: Implementaremos un sistema de correo electrónico corporativo que refuerce nuestra imagen profesional y facilite la comunicación interna y externa.

Línea de atención al cliente: Estableceremos un canal de comunicación dedicado para atender las consultas, comentarios y preocupaciones de nuestras clientas de manera rápida y eficiente.

Esta infraestructura tecnológica nos permitirá construir y mantener una presencia sólida en el mundo digital, facilitando la interacción con nuestras clientas y brindando un servicio de alta calidad que cumpla con sus expectativas y necesidades.

4.3 Descripción de los Requerimientos de Producción y Distribución del Emprendimiento

El emprendimiento no gestiona inventarios, ya que se enfoca en brindar asesoría y acompañamiento a mujeres emprendedoras a través de la venta de programas que ofrecen servicios o actividades sin necesidad de utilizar materia prima, materiales u otros elementos tangibles. En este contexto, prevalece la parte intelectual del servicio proporcionado. Por lo tanto, los costos relacionados con inventarios, como el inventario inicial, el inventario final, el disponible y las compras, se considerarán de costo cero \$0.

4.4 Estrategias de Financiación del Emprendimiento

Para asegurar el crecimiento y la viabilidad del emprendimiento se han considerado los siguientes aspectos:

Al analizar el CAPEX, que se refiere a la inversión en activos fijos como equipos, propiedad y planta, se ha valorado inicialmente en COP\$30.000.000. Esta cifra marca el punto de partida para el inicio de la ejecución del negocio. Posteriormente, se llevará a cabo un análisis continuo de los requerimientos del negocio con el fin de proyectar y ampliar la inversión en activos fijos conforme sea necesario para el crecimiento y desarrollo del emprendimiento.

La estimación de la inversión en activos fijos o equipos necesarios para el desarrollo del proyecto incluyen; computadoras, software, página web y mobiliario (Tabla 3).

Tabla 3. Inversión en activos fijos

Modelación de un proyecto comercial							
Panel de variables independientes o inductoras							
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Análisis de los ingresos							
4	Ventas		\$ 502.800.035	\$ 502.800.035	\$ 502.800.035	\$ 533.420.557	\$ 565.905.869
5	Aumento de Precio			0,00%	0,00%	3,00%	3,00%
6	Aumento de Volumen			0,00%	0,00%	3,00%	3,00%
Análisis de los costos y gastos							
8	Costo de Ventas	78,000%					
9	Gastos de Administración		\$ 38.600.000	\$ 38.986.000	\$ 39.375.860	\$ 40.962.707	\$ 42.613.504
10	Aumento en Gtos de Admón			1%	1%	1%	1%
11	Gastos de Ventas	8,5%					
Análisis de los requerimientos de capital de trabajo							
13	Días Plazo Cartera		90 días	90 días	90 días	90 días	90 días
14	Rotación veces de Inventarios		4 :1 / x / veces	4 :1 / x / veces	4 :1 / x / veces	4 :1 / x / veces	4 :1 / x / veces
15	Días Plazo Pago Proveedores		45 días				
16	Ciclo de caja de conversión de efectivo						
Análisis de los requerimientos en activos fijos							
18	Inversiones en Activos Fijos	16,76	30.000.002	30.000.002	30.000.002	31.827.002	33.765.267
19	Plazo de Depreciación	5 años	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.365.400	6.753.053

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

Durante los tres primeros años se estiman ventas de COP\$502.800.035, la empresa realizara una inversión en activos fijos de COP\$30.000.002, y durante los últimos 2 años se estiman ventas en el año 4 de COP\$533.420.557 y el quinto año de COP\$565.905.869, donde la inversión en activos fijos asciende a COP\$31.827.002 y de COP\$33.765.267 respectivamente.

Se realizó un análisis de la eficiencia en la utilización de los activos no corrientes en relación con los ingresos generados por la empresa. Donde se aplicó la siguiente formula:

a) Activo no corriente / Ingresos: $\text{COP}\$30.000.000/\text{COP}\$502.800.035 = 0,059$

Por lo tanto, por cada peso en ventas, el emprendimiento debe invertir en activo no corriente el valor de 0.059 centavos.

b) Ingresos / Activo no Corriente: $\text{COP}\$502.800.035 / \text{COP}\$30.000.000 = 16,76$

Por lo tanto, por cada peso que se invierte en el activo no corriente se vende 16,76 centavos.

Los gastos administrativos están básicamente definidos por: Salarios de auxiliar de servicio al cliente, gastos de publicidad, internet, alquiler oficinas, servicios públicos (Tabla 4).

Tabla 4. Relación gastos administración anual

GASTOS ADMINISTRACIÓN	
Gastos de publicidad	\$ 1.000.000,00
Internet	\$ 201.667,00
Arriendo	\$ 515.000,00
Servicios públicos	\$ 200.000,00
Salario básico	\$ 1.300.000,00
Total, gastos fijo mensual	\$ 3.216.667,00
Total, gastos fijo anual	\$ 38.600.004,00

Fuente: Elaboración propia

Durante los 5 años de operación del negocio se estima un aumento en los gastos de administración del 1%, pasando el primer año de $\text{COP}\$38.600.004$ a $\text{COP}\$38.986.000$ en el segundo año y llegando al quinto año al valor de $\text{COP}\$42.613.504$ (Tabla 5 y 6).

Tabla 5. Incremento anual de los gastos administrativos

7	Análisis de los costos y gastos					
8	Costo de Ventas	78,000%				
9	Gastos de Administración		\$ 38.600.000	\$ 38.986.000	\$ 39.375.860	\$ 40.962.707
10	Aumento en Gtos de Admón			1%	1%	1%
11	Gastos de Ventas	8,5%				\$ 42.613.504

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

Tabla 6. Proyección financiera anual costos y gastos

34	Estado de Resultados (estado de pérdidas y ganancias)		285.081.241 =D4				
35	Ventas	=C4	\$ 502.800.035	\$ 502.800.035	\$ 502.800.035	\$ 533.420.557	\$ 565.905.869
36	Inventario Inicial	=C39		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
37	Compras	-	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
38	Disponibles	-	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
39	Inventario Final	-	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
40	Costo de Ventas	=C35*CV	\$ 392.184.027	\$ 392.184.027	\$ 392.184.027	\$ 416.068.034	\$ 441.406.578
41	Utilidad Bruta	=C35-C40	\$ 110.616.008	\$ 110.616.008	\$ 110.616.008	\$ 117.352.523	\$ 124.499.291
42	Gastos de Administración	=C9	\$ 38.600.000	\$ 38.986.000	\$ 39.375.860	\$ 40.962.707	\$ 42.613.504
43	Gastos de Depreciación	=C19	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
44	Gastos de Ventas	=C35*GV	\$ 42.536.883	\$ 42.536.883	\$ 42.536.883	\$ 45.127.379	\$ 47.875.637
45	Utilidad Operacional	=SUMA(C42:C44)	\$ 23.479.124	\$ 23.093.124	\$ 22.703.264	\$ 25.262.436	\$ 28.010.150
46	Gastos Financieros	=C26	\$ 887.490	\$ 709.992	\$ 532.494	\$ 354.996	\$ 177.498
47	Utilidad Gravable	=C45-C46	\$ 22.591.634	\$ 22.383.132	\$ 22.170.770	\$ 24.907.440	\$ 27.832.652
48	Impuestos	MAX(C47,0)*ta	\$ 7.907.072	\$ 7.834.096	\$ 7.759.770	\$ 8.717.604	\$ 9.741.428
49	Utilidad Neta	=C47-C48	\$ 14.684.562	\$ 14.549.036	\$ 14.411.001	\$ 16.189.836	\$ 18.091.224

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

En el primer año de operación, se ha proyectado un total de costos de ventas por valor de COP\$392.184.027. Este rubro comprende diversos elementos como honorarios, página web y marketing digital. Además, se contemplan gastos de administración por un total de COP\$38.600.000 y gastos en ventas por valor de COP\$42.536.883. Asimismo, se prevé una inversión inicial en activos fijos valorada en COP\$30.000.000.

Por tanto, el cálculo total revela que el capital necesario para el primer año de operación del negocio asciende a la suma de COP\$503.320.910.

4.5 Plan Financiero del Emprendimiento

4.5.1 Considerando valor en el precio de venta

En nuestro modelo de negocio, los paquetes ofrecidos tendrán los siguientes valores (Tabla 7): Programa Inicial "Programa Gestión de Marca Personal": \$1.800.000, Programa

intermedio "Programa Gestión del Negocio": \$2.200.000, Programa Superior "Programa Formulación Plan de negocios": \$2.200.000.

Tabla 7. Ingresos operativos

Item	Producto	Precio por servicio	Mercado total en unidades por servicio	Participación del mercado de la empresa en análisis	Ventas de las empresa analizada en unidades de servicio	Ingresos operativos en pesos colombianos COP
1	Programa Gestión de Marca Personal	\$1.800.000	143.466	0,07%	96,00	\$172.800.000
2	Programa Gestión del Negocio	\$2.200.000	143.466	0,08%	120,00	\$264.000.035
3	Programa Formulación Plan de negocios	\$2.200.000	143.466	0,02%	30,00	\$66.000.000
Total de ingresos						\$502.800.035

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

Tenido como referencia las 143.466 unidades productivas lideradas por mujeres (Confecámaras, 2023), se estima atender aproximadamente una población objetivo de emprendedoras de 0,17%, representado en el primer año en la venta de 246 programas, que brindaran una guía para el empoderamiento femenino, que las lleve a emprender con propósito, formalización y proyección de sus negocios.

4.5.2 Costos de venta y Gastos de venta

Según la plataforma Gestor (<http://www.gestorcc.org/>) a través de su sitio web menciona que el sector de Consultoría es el que se relaciona con el emprendimiento, por ende, para hacer un cálculo de los Costos de Venta y Gastos de Venta promedio (Tabla 8), se estima valores con la información proporcionada por la herramienta desde el año 2006, es decir, Costos de venta = 78% y Gastos de venta = 8.5%.

Tabla 8. Estimación costos de venta y gastos de venta

PERDIDAS Y GANANCIAS	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Ingresos Operacionales	50.336,52	54.283,33	62.204,36	60.383,54	51.030,27	39.301,25	31.767,02	30.738,03	26.603,30	24.764,02	22.562,48	29.492,72	23.556,03	26.072,41	24.344,36	18.357,24
Costo De Ventas Y De Prestación De	40.218,66	42.381,85	49.769,56	48.077,36	40.335,73	30.566,97	24.843,47	24.230,46	20.961,82	19.555,69	17.975,71	23.387,67	18.589,04	20.489,78	19.199,08	14.389,28
% COSTO DE VENTA	79,90	78,08	80,01	79,62	79,04	77,78	78,21	78,83	78,87	78,97	79,67	79,30	78,91	78,59	78,86	78,38
UTILIDAD BRUTA	10.117,87	11.901,49	12.434,80	12.306,17	10.694,54	8.734,28	6.606,80	6.507,57	5.621,49	5.208,33	4.586,77	6.105,05	4.967,00	5.582,63	5.145,28	3.967,96
Gastos Operacionales De Administración	4.036,49	2.695,86	5.564,73	5.030,25	4.759,56	3.142,70	3.005,16	2.356,95	2.016,47	1.846,14	1.525,76	1.870,34	1.620,40	2.420,42	1.582,60	1.328,08
% GASTOS OPERACIONALES	8,02	4,97	8,95	8,33	9,33	8,00	9,46	7,67	7,58	7,45	6,76	6,34	6,88	9,28	6,50	7,23
Gastos Operacionales De Ventas	3.392,58	5.502,57	3.742,90	4.375,37	3.320,68	2.808,55	2.018,95	2.564,43	2.354,07	2.263,66	1.977,57	2.761,87	2.221,12	2.564,17	2.435,55	2.104,77
% GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS	6,74	10,14	6,02	7,25	6,51	7,15	6,36	8,34	8,85	9,14	8,76	9,36	9,43	9,83	10,00	11,47
Otras ganancias (pérdidas) Operaciones por																
Ajuste	407,02	128,51	623,06	242,99	460,01	315,94	1.429,16									
UTILIDAD OPERACIONAL	3.095,25	3.831,38	3.746,27	3.143,07	3.072,03	3.097,81	1.956,03	1.586,18	1.250,94	1.098,53	1.083,44	1.472,83	1.125,48	598,04	1.127,13	535,1

Fuente: Esta tabla está basada en información financiera desde 2006 usando Gestor en el sector de consultoría – Decisiones financieras

4.5.3 Cuentas por cobrar

En la herramienta Gestor, al analizar el sector de consultoría, que es donde se centra el emprendimiento, se evaluó la rotación de cartera en el estado de resultados desde el año 2006 hasta el 2019, abarcando un total de 3.446 empresas. Se encontró que el promedio de rotación de cartera es de 90 días.

En la validación realizada en el mercado, en el modelo de negocio propuesto en el emprendimiento B2C, se presenta una estrecha alineación con el método de pago preferido por las clientas consultantes.

En el proceso se ha analizado detenidamente las tendencias y prácticas de pago predominantes en la industria de consultoría, así como las necesidades financieras de nuestro público objetivo. Como resultado de esta investigación, se diseñó un modelo de negocio que se ajusta perfectamente a las expectativas y capacidades económicas de nuestras clientas.

Además, en reconocimiento a las diversas circunstancias financieras de nuestras clientas potenciales, hemos implementado una opción de pago con un plazo de 90 días para aquellos que puedan enfrentar limitaciones presupuestarias en el momento de adquirir alguno de

nuestros programas. Esta decisión está respaldada por nuestro profundo conocimiento del sector y nos permite adaptar nuestra estrategia comercial para satisfacer las necesidades individuales de cada cliente.

En resumen, nuestro modelo de negocio no solo está alineado con las preferencias de pago del mercado, sino que también ofrece flexibilidad y accesibilidad para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria para todas nuestras clientas consultantes.

4.5.4 Depreciación y CAPEX adicional

la inversión en activos fijos o equipos que se utilizaran en la operación del negocio están valorados en COP\$30.000.000 y que comprenden; computadores, software, página web y mobiliario.

Durante los tres primeros años se estiman ventas de COP\$502.800.035, la empresa realizara una inversión en activos fijos de COP\$30.000.002, y durante los últimos 2 años se estiman ventas en el año 4 de COP\$533.420.557 y en quinto año de COP\$565.905.869, donde la inversión en activos necesarios para la operación del negocio asciende a COP\$31.827.002 y de COP\$33.765.267 respectivamente.

Al realizar depreciación en línea recta a 5 años de los activos fijos, encontramos que, durante los cinco años, por concepto de depreciación, debemos enviar al gasto la suma de COP\$6.000.000. Para efectos de la causación, aunque no representan una salida de dinero.

Aunque los gastos de depreciación no son una salida de dinero, para el análisis del flujo de caja se suman nuevamente a la utilidad operacional

4.5.5 Proyección Ventas y Utilidad neta a 4 años

La proyección en ventas y utilidad (Tabla 9) neta se realizó a 4 años teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Previendo que es un emprendimiento nuevo que está en la fase inicial de crecimiento, durante los 3 primeros años no se contempla incremento en precio y volumen de ventas. A partir del año 4 se estima tener un crecimiento del 3% tanto en el valor de los precios de los paquetes y también en volumen de ventas.
- En los gastos de administración, se consideró un crecimiento estándar del 1% en cada año.
- El plazo de cartera establecido es de 90 días.

Tabla 9. *Proyección Ventas / Utilidad Neta*

Panel de planeación financiera	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 502.800.035	\$ 502.800.035	\$ 502.800.035	\$ 533.420.557	\$ 565.905.869
Costo de Ventas	\$ 392.184.027	\$ 392.184.027	\$ 392.184.027	\$ 416.068.034	\$ 441.406.578
Utilidad Bruta	\$ 110.616.008	\$ 110.616.008	\$ 110.616.008	\$ 117.352.523	\$ 124.499.291
Gastos de Administración	\$ 38.600.000	\$ 38.986.000	\$ 39.375.860	\$ 40.962.707	\$ 42.613.504
Gastos de Depreciación	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Gastos de Ventas	\$ 42.536.883	\$ 42.536.883	\$ 42.536.883	\$ 45.127.379	\$ 47.875.637
Utilidad Operacional	\$ 23.479.124	\$ 23.093.124	\$ 22.703.264	\$ 25.262.436	\$ 28.010.150
Gastos Financieros	\$ 887.490	\$ 709.992	\$ 532.494	\$ 354.996	\$ 177.498
Utilidad Gravable	\$ 22.591.634	\$ 22.383.132	\$ 22.170.770	\$ 24.907.440	\$ 27.832.652
Impuestos	\$ 7.907.072	\$ 7.834.096	\$ 7.759.770	\$ 8.717.604	\$ 9.741.428
Utilidad Neta	\$ 14.684.562	\$ 14.549.036	\$ 14.411.001	\$ 16.189.836	\$ 18.091.224

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

Partiendo de la proyección del estado de resultado, en el primer año de operación del negocio se establecen ventas por valor de COP\$502.800.035, menos costos de ventas del 78%, correspondiente a COP\$392.184.027, donde se contempla rubros de nómina

del personal, marketing digital, dominio página web. También se deduce gastos de administración que están definidos por: Salarios de auxiliar de servicio al cliente, gastos de publicidad, internet, arriendo, servicios públicos por valor de COP\$38.600.004, así como gastos de depreciación la cual se realizó en línea recta a 5 años de los activos fijos, donde durante los cinco años, se envía al gasto la suma de COP\$6.000.000, para efectos de causación, aunque no representan una salida de dinero. Los gastos de ventas representan el 8,5 %, correspondiente al COP\$42.536.883, arrojando una utilidad operacional de COP\$23.479.124, menos gastos financieros valorados en COP\$887.490 e impuestos por valor de COP\$7.907.072, nos da como resultado una utilidad neta de COP\$14.684.562, en el segundo año de COP\$14.549.036, año 3 de COP\$14.411.001, año 4 COP\$16.189.836 y en el quinto año de COP\$18.091.224.

4.5.6 *Proyección saldo en caja a 4 años*

La piedra angular de cualquier proyecto desde el punto de vista financiero es el flujo de caja. Por lo tanto, es fundamental gestionar adecuadamente el saldo en caja. Las cifras año tras año deben reflejar un flujo de caja positivo para garantizar la salud financiera y la viabilidad a largo plazo del proyecto (Tabla 10).

Tabla 10. *Proyección Caja*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO DE CAJA	\$ 26.816.655	\$ 14.295.712	\$ 14.196.983	\$ 16.613.048	\$ 18.020.202
SALDO ACUMULADO DE CAJA	\$ 26.816.655	\$ 41.112.366	\$ 55.309.350	\$ 71.922.398	\$ 89.942.600

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

En la proyección del flujo de caja de efectivo, el cual permite obtener información de las entradas y salidas de dinero con el fin de analizar la capacidad de la empresa para pagar sus deudas y medir el nivel de liquidez. Se contempla en el primer año, ingresos por valor de COP\$185.179.135 que corresponden a ingresos por; utilidad operacional por valor de COP\$23.479.124, causación de la depreciación de \$6.000.000, más aporte de capital COP\$146.825.110 y un préstamo bancario por valor de COP\$8.874.901. Los egresos están estimados en COP\$158.362.481 donde están incluidos cambio en cartera COP\$125.700.009, inversión en CAPEX por valor de COP\$30.000.002, gastos financieros COP\$887.490 y amortización de pasivos por COP\$1.774.980, arrojando un saldo en caja de COP\$26.816.655, en el segundo año de COP\$41.112.366, en el tercer año de COP\$55.309.350, año 4 de COP\$71.922.398 y año 5 en COP\$89.942.600 (Tabla 10).

Tabla 11. Flujo de caja libre

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad operativa (EBIT)		\$ 23.479.124	\$ 23.093.124	\$ 22.703.264	\$ 25.262.436	\$ 28.010.150
(-) Impuestos operativos		\$ 8.217.694	\$ 8.082.594	\$ 7.946.143	\$ 8.841.853	\$ 9.803.552
(+) Depreciación y amortizaciones		\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
(=) Flujo operativo		\$ 21.261.431	\$ 21.010.531	\$ 20.757.122	\$ 22.420.584	\$ 24.206.598
(-) Incremento en el capital de trabajo neto operativo	\$ 125.700.009	\$ 0	\$ 0	\$ 7.655.131	\$ 8.121.328	\$ 8.364.969
(-) Incremento en los activos fijos	30.000.002	-	-	-	-	-
(=) Flujo de caja libre (operativo)	-\$ 155.700.011	\$ 21.261.431	\$ 21.010.531	\$ 13.101.992	\$ 14.299.256	\$ 237.519.268
	17%					
Deuda \$	\$ 48.083.721					

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

Al calcular el indicador de flujo de caja libre del emprendimiento se evidencia que es financieramente viable, toda vez que después de descontar de los ingresos, los gastos y las inversiones, desde el primer año de operación del negocio arroja resultados favorables de COP\$21.261.431, en el año 2 de COP\$ 21.010.531, año 3 de COP\$13.101.992, año 4 COP\$14.299.256 y en el año 5 de COP\$237.519.268 (Tabla 11).

4.5.7 Balance proyectado a 4 años

Tabla 12. Balance a 4 años

Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja + Bancos	\$ 26.816.655	\$ 41.112.366	\$ 55.309.350	\$ 71.922.398	\$ 89.942.600
Cartera, deudores, Cuentas por cobrar a cli	\$ 125.700.009	\$ 125.700.009	\$ 125.700.009	\$ 133.355.139	\$ 141.476.467
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Corrientes	\$ 152.516.663	\$ 166.812.375	\$ 181.009.359	\$ 205.277.537	\$ 231.419.067
Activo Fijo Bruto	30.000.002	30.000.002	30.000.002	30.000.002	30.000.002
Depreciación Acumulada	- 6.000.000	- 12.000.001	- 18.000.001	- 24.000.002	- 30.000.002
Activo Fijo Neto	24.000.002	18.000.001	12.000.001	6.000.000	-
Total Activos	\$ 176.516.665	\$ 184.812.376	\$ 193.009.359	\$ 211.277.537	\$ 231.419.067
Pasivos					
Obligaciones Financieras	\$ 1.774.980	\$ 1.774.980	\$ 1.774.980	\$ 1.774.980	\$ 0
Ctas x Pagar Proveedores	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos x Pagar	\$ 7.907.072	\$ 7.834.096	\$ 7.759.770	\$ 8.717.604	\$ 9.741.428
Pasivos Corrientes	\$ 9.682.052	\$ 9.609.076	\$ 9.534.750	\$ 10.492.584	\$ 9.741.428
Pas. Fin . Largo Plazo	\$ 5.324.940	\$ 3.549.960	\$ 1.774.980	\$ 0	\$ 0
Total Pasivos	\$ 15.006.992	\$ 13.159.037	\$ 11.309.730	\$ 10.492.584	\$ 9.741.428
Patrimonio					
Capital	\$ 146.825.110	\$ 146.825.110	\$ 146.825.110	\$ 154.043.898	\$ 161.702.311
Reserva Legal	0	\$ 1.468.456	\$ 2.923.360	\$ 4.364.460	\$ 5.983.443
Otras Reservas					
Utilidad del Ejercicio	\$ 14.684.562	\$ 14.549.036	\$ 14.411.001	\$ 16.189.836	\$ 18.091.224
Utilidad Retenida		\$ 8.810.737	\$ 17.540.159	\$ 26.186.759	\$ 35.900.661
Total Patrimonio	\$ 161.509.672	\$ 171.653.340	\$ 181.699.630	\$ 200.784.953	\$ 221.677.639
Pasivos + Patrimonio	\$ 176.516.665	\$ 184.812.376	\$ 193.009.359	\$ 211.277.537	\$ 231.419.067

Fuente: Elaboración propia con Modelo principal (PLANITLLA) 2023 – Decisiones financieras

El Balance general proyectado (Tabla 12) contempla total activos por valor de COP\$176.516.665, donde los activos corrientes COP\$152.516.663 representan aproximadamente el 86% y de estos activos la cuenta de cartera, deudores, cuenta por cobrar tiene una representación del 71% equivalente a COP\$125.700.009, esto se origina porque la empresa estima unas ventas anuales en el primer año en COP\$502.800.035, donde las ventas diarias oscilan en promedio de COP\$1.377.534, y al tener en cuenta la política de cartera de 90 días, se realiza inversión inicial en cartera global. El cual conforme se cumplan las fechas de pago de las clientes se irán convirtiendo en ventas que se cobraran y entraran al flujo de efectivo bien sea a caja o bancos. Por lo tanto, la empresa deberá tener una política clara en

relación a este concepto con el ánimo recuperar oportunamente estos valores y donde las clientas sean muy juiciosas a la hora de cancelar oportunamente los servicios.

Los pasivos de la empresa en el año 1 COP\$15.006.992 representan el 8% del valor total de activos, lo que demuestra que no estará sobreendeudada para poder entrar en operación y el capital que requiere la empresa en el primer año corresponde a COP\$146.825.110 y en el quinto año de COP\$161.702.311 reflejando un incremento del 10% al compararlo con el año 1.

Durante los 5 años de proyección financiera del balance general se contempla que la empresa generara utilidades por valor de; año 1 COP\$14.684.562, año 2 COP\$14.549.036, año 3 COP\$14.411.001, año 4 COP\$16.189.836 y en el año 5 de COP\$18.091.224

4.5.8. Cálculo punto de equilibrio

$$Y = P_{vu} \times Q$$

donde:

$$Y = \text{ingreso venta} \quad \text{COP\$502.800.035}$$

$$P_V = \text{precio de venta} \quad \text{COP\$2.066.667}$$

$$Q = \text{cantidad vendida} \quad 246$$

$$\text{Costo Total} = \text{Costo fijo} + \text{Costo variable total} = \text{COP\$392.184.000}$$

$$\text{Costo Variable total} = \text{Costo Variable unitario} \times \text{Cantidad producida} \text{ COP\$32.184.000}$$

$$C = CF + CV_u \times Q$$

Donde:

$$C = \text{Costo total} \quad \text{COP\$392.184.000}$$

$$CF = \text{Costo Fijo} \quad \text{COP\$360.000.000}$$

CVu = Costo variable unitario COP\$130.829

Q = Cantidad producida y vendida 246

a) Punto equilibrio unidades = $CF/(PV-CVU)$

Punto equilibrio unidades = $360.000.000/(COP\$2.066.667- COP\$130.829) = 186$

El punto de equilibrio en unidades, en el primer año se logra cuando la empresa vende 186 programas.

b) Punto equilibrio dinero = $CF + A \times Y$

$A = (COP\$130.829/ COP\$2.066.667) = 0,06$

punto equilibrio dinero = $COP\$360.000.000/ (1-0,06) = COP\$384.329.796$

El punto de equilibrio en dinero, en el primer año, se logra cuando la empresa vende aproximadamente COP\$384.329.796 millones.

4.5.9. Uso de capital de la empresa

El capital inicial de la empresa asciende a COP\$146.825.110. Este capital se destinará a cubrir los requerimientos de capital de trabajo bruto operativo, que corresponde a inversión en cartera, así como activos fijos o equipos necesarios para el funcionamiento del negocio. Los activos fijos incluirán computadoras, software, página web y mobiliario.

4.5.10. Evaluación del proyecto

Al calcular el flujo de caja libre operativo, hemos podido determinar tanto la Tasa Interna de Retorno (TIR) como el Valor Presente Neto (VPN) del proyecto. La TIR obtenida es del 17%, lo que indica la tasa máxima de financiación que puede sostener este proyecto. Al

comparar esta tasa con las tasas de los TES del Banco de la República a 1 año (9.97%) y a cinco años (10.02%), resulta evidente que la TIR del proyecto es favorablemente superior, lo que sugiere que invertir en este negocio es una decisión prudente.

Además, en cuanto al VPN, hemos determinado que es de COP\$48.083.721. Este resultado confirma la viabilidad de realizar una inversión en el proyecto.

En resumen, tanto la TIR como la VAN indican que invertir en este negocio es una opción favorable y rentable, respaldada por un flujo de caja libre operativo sólido y prometedor.

5. Estrategia para el Relacionamiento con los Clientes y Grupos de Interés

5.1. Estrategia de Marca (Branding)

La marca MujerEmprende con Propósito es una marca que está disponible para ser registrada en la Superintendencia de Industria y Comercio, de acuerdo a las revisiones realizadas en su sistema "Oficina Virtual de Propiedad Industrial (SIPI)" a través del área de signos distintivos (Figura 7).

Figura 5. Siipi SIC – Disponibilidad Registro

The screenshot shows the 'Buscar Signos Distintivos' (Search Distinctive Signs) interface on the SIC website. The page has a blue header with 'INICIO >' and 'Buscar Signos Distintivos' and a Spanish flag icon. Below the header, there is a search area with the following elements:

- A message: 'Introduzca el número de expediente de la solicitud para realizar una búsqueda simple. Para una búsqueda más detallada, seleccione **Búsqueda Avanzada** y estarán disponibles más criterios de búsqueda.'
- A 'Criterio de búsqueda' (Search criteria) section with a dropdown menu set to 'Tenga en cuenta'.
- Input fields for 'Número de expediente', 'Certificado de Registro N°', and 'Denominación'. The 'Denominación' field contains 'MujerE'.
- A search button labeled 'OK'.
- Help text: 'Su búsqueda no produjo resultados.' and 'Puede...'
- Instructions: 'Utilice AND para realizar búsquedas por combinación de palabras. Por ejemplo: LIMÓN AND VERDE o QUESO AND LECHE AND CHOCOLATE. Recuerde incluir el operador AND entre cada palabra que desea combinar. Utilice OR para realizar búsquedas con alguno de los términos utilizados. Por ejemplo la búsqueda LIMÓN OR VERDE mostrará resultados que contengan la expresión LIMÓN o la expresión VERDE. Recuerde incluir el operador OR entre cada palabra que desea buscar. Utilice comillas para realizar búsquedas de expresiones exactas. Por ejemplo: "LIMÓN VERDE" mostrará como resultado LIMÓN VERDE únicamente. Utilice asteriscos ** para obtener resultados que contengan los términos buscados así se encuentren incluidos o acompañados de otras palabras. Por ejemplo la búsqueda *QUESO* mostrará resultados como: reyqueso; deliqueso; quesopresa; quesos.'
- Dropdown menus for 'Tipo de solicitud' (set to 'Naturalista') and 'Tipo de Signo' (set to 'Estadual').
- A 'Cerrar' (Close) button.

Fuente: SIC

De igual forma se realizó consulta de homonimia, en el Registro Único Empresarial y Social RUES de la Cámara de Comercio (Figura 8) para indagar si el nombre escogido para identificar la razón social del negocio o empresa ante el Registro Mercantil no ha sido inscrito antes.

Figura 6. RUES Cámara de Comercio – consulta de homonimia



Fuente: *Cámara de Comercio*

La marca "MujerEmprende con Propósito" sugiere un enfoque centrado en las mujeres emprendedoras y su búsqueda de significado y propósito en sus proyectos empresariales. La palabra "Mujer" resalta el público objetivo del emprendimiento, que son las mujeres. "Emprende" implica la acción de iniciar proyectos y llevarlos a cabo. Por último, "con Propósito" destaca la importancia de tener un objetivo o fin claro y significativo detrás de cada iniciativa empresarial, sugiriendo que el emprendimiento va más allá del simple hecho de hacer negocios y busca generar un impacto positivo y significativo en la vida de las mujeres emprendedoras y en la sociedad en general. En conjunto, el nombre transmite la idea

de empoderar a las mujeres para que emprendan sus proyectos con un propósito definido y alineado con sus valores y aspiraciones personales.

La marca tendría los siguientes aspectos:

Logosímbolo: recrea el perfil de una mujer con el naming del negocio y el manejo del color azul como símbolo de confianza y seguridad.

Figura 7. *RUES Cámara de Comercio – consulta de homonimia*



Fuente: *Elaboración propia*

La marca también evoca misticismo, feminidad, y sobre todo profesionalismo. La intención del branding estará enfocada en perfilar el negocio, desde un proceso de humanización, como una mujer que guía a otras mujeres en ese camino de descubrimiento como empresas personales y como negocios a emprender o emprendiendo para complementar sus proyectos de vida.

La marca se inspira en la capacidad de resiliencia que tienen las mujeres sobre todo en la actualidad, donde también se han convertido en actores claves para el desarrollo desde el proceso de emprendimiento en los territorios. Es una marca inspirada en la mujer y dedicada

a ellas. Todas las acciones que tengan que ver con esta centrarán sus esfuerzos por contar historias de mujeres que inspiran y que se han convertido en ejemplo a seguir tras su lucha interminable por lograr un espacio especial y permanente en la sociedad.

5.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento

Se diseñará brochure de presentación del emprendimiento para realizar visitas comerciales. Se utilizará material publicitario impreso como flyers para que las mujeres consultantes, conozcan la empresa y se interesen por los servicios; realizar publicaciones y comprar espacios de ads en Facebook, dado que es el medio de mayor participación en el mercado objetivo.

Se diseñó una página web <https://bullfrog-guitar-773z.squarespace.com/> donde se comunique claramente la misión y el portafolio de servicios de MujerEmprende con Propósito, con el objetivo de generar una visión general de los programas que tiene la compañía.

Se ofertarán talleres gratuitos virtuales y presenciales, relacionados con marca personal, marketing, finanzas, entre otros en alianza con instituciones como Cámara de Comercio de Florencia, unidad de emprendimiento de la alcaldía, SENA, Universidad de la Amazonia y UNAD, con el fin de captar mujeres consultantes.

Publicidad en medios digitales como Google Ads, con el objetivo de que durante el primer año la empresa sea conocida en la mayor parte del mercado objetivo y que al realizar un excelente ejercicio, pueda fidelizar a sus clientas y posicionarse efectivamente como una

alternativa atractiva para los procesos de emprendimiento y acompañamiento, en la construcción de un plan de vida.

Se ha creado perfil en Instagram [https: mujer_emprende_proposito](https://www.instagram.com/mujer_emprende_proposito), el cual contiene contenido de talleres, donde la finalidad es que permanentemente se publiquen mensajes, historias, testimonios, relacionado con que las mujeres logran trascender con su marca persona y negocios a través de nuestras asesorías.

De igual forma en alianza con entidades como la unidad de emprendimiento de la alcaldía de Florencia y Cámara de Comercio de Florencia, se han brindado talleres enfocados solo a mujeres que son emprendedoras o tienen la idea de hacerlo, pero no han logrado avanzar en su proyecto de vida.

La imagen del emprendimiento presenta el logotipo de "MujerEmprende con Propósito" en el centro, diseñado con una tipografía elegante y moderna que combina tonos suaves y cálidos. El nombre del emprendimiento se destaca en un color más vibrante, transmitiendo energía y determinación.

La paleta de colores utilizada en la imagen es predominantemente femenina y motivadora, con tonos suaves de rosa, violeta y turquesa que transmiten una sensación de calidez y optimismo. La iluminación es suave y difusa, creando un ambiente acogedor y positivo que invita a las mujeres emprendedoras a sentirse inspiradas y empoderadas.

En conjunto, la imagen "MujerEmprende con Propósito" captura la esencia del emprendimiento, transmitiendo un mensaje de empoderamiento, determinación y propósito. Es una representación visualmente atractiva y poderosa de la misión y los valores del emprendimiento, destinada a inspirar y motivar a mujeres emprendedoras en su viaje hacia el éxito y la realización personal y profesional.

5.3 Proceso de Ventas y Servicios

Para el proceso de ventas de deben cumplir con las siguientes etapas en el desarrollo de las oportunidades del emprendimiento:

- **Contacto Inicial y Valoración:** Conversación inicial con la mujer consultante para comprender sus necesidades y expectativas. Aplicación del test – cuestionario, para valorar su situación actual.
- **Establecimiento Plan de acción:** Establecer con la mujer consultante el camino a seguir, lo que quiere lograr, definir objetivos claros para la construcción de su nueva vida, versión y enfocada en su emprendimiento.
- **Sesiones:** Realizar sesiones regulares según lo acordado con la mujer consultante y conforme presente los avances o tareas asignadas.
- **Seguimiento:** Seguimiento regular al progreso de la consultante y realizar la respectiva realimentación constructiva, apoyo continuo para superar problemas y mantener la motivación.
- **Recursos de apoyo:** En el desarrollo de las sesiones se suministrarán recursos adicionales, tales como; videos y lecturas de casos de éxito y revisión de tendencias.
- **Cierre proceso y Celebración:** Reflexión sobre el aprendizaje obtenido, logros alcanzados, analizar el progreso y finalizar con la autoevaluación y análisis del pitch.
- **Seguimiento post venta:** Mantener el contacto con la consultante a través de grupos de WhatsApp, invitaciones a talleres o conferencias gratuitas, para mantener

fidelización y asegurarse de los cambios continúen y proporcionar apoyo en caso de ser necesario. Evaluar el impacto.

Para la prestación del servicio a través de los programas que ofertamos en MujerEmprende con propósito, todo inicia con el interés a través del voz a voz o la información contenida en el sitio web, publicaciones en Instagram, Facebook, cuando la mujer consultante hace el contacto con la empresa se inicia con mensaje de bienvenida y saludo inicial donde se escucha sobre lo que le sucede, quiere o busca, se ofrece información de los programas que ofertamos con sus costos e identificación del plan donde se comparte el brochure con toda la información detallada sobre cada uno de los programas, incluidos el valor de la inversión y formas de pago, si aún no toma la decisión se utilizan otros recursos de venta tales como; Videos YouTube corticos donde se explica súper fácil de que se trata cada uno de los programas, si la respuesta es un no, se hace seguimiento hasta que se sienta lista para tomar la decisión. Si toma alguno de los programas, se informa los medios de pago y se confirma el abono o cancelación total, se realiza proceso de registro con datos básico y una vez finalice se coordina un próximo encuentro presencial o virtual de bienvenida donde se aborda la garantía del proceso, el cual depende del compromiso de la consultante. Subsiguientemente se establece un plan de trabajo, se inicia con las sesiones que pueden durar máximo 9 meses.

5.4 Plan de Mercadeo

Las tendencias de crecimiento en los negocios de asesoría empresarial y de marca personal en Colombia están siendo impulsadas por el crecimiento del emprendimiento, el desarrollo del liderazgo, los cambios en el mercado laboral, el enfoque en el bienestar y el

desarrollo personal, y la adopción de tecnología. Estas tendencias están creando oportunidades significativas para el crecimiento y la expansión de estos negocios en el país

Para el plan de mercadeo de MujerEmprende con propósito se ha tenido en cuenta que es un modelo de negocio business-to-consumer B2C que se enfoca en empoderar a las mujeres emprendedoras para que desarrollen sus propios negocios con un propósito más allá del beneficio económico. En este modelo de negocio, nos comprometemos a ofrecer una experiencia personalizada, centrada en el ser, hacer y saber, para satisfacer las necesidades únicas de nuestras clientas.

5.4.1 Investigación de Mercado

Los servicios de esta iniciativa se han convertido en las opciones preferidas por millones de personas para dar saltos de calidad en sus vidas personales y profesionales. Además, en el mundo, existe una mayor proporción de hombres que de mujeres que participan en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), de acuerdo a su más reciente reporte anual elaborado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), publicado en marzo del año pasado. Incluso, en el informe de género, de 2018-2019, la organización indicaba que, a nivel global, la TEA para las mujeres es del 10,2%, aproximadamente tres cuartos de lo visto para los hombres.

En Colombia, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 2022-2023, según reporte de GEM Colombia, señala que se presenta una brecha por género, al analizar la propensión por actividad empresarial establecida durante los años 2018 – 2022, la cual se mantiene cercana a 2 puntos porcentuales, en comparación con los hombres 6,2% y 4%.

Se analizaron datos estadísticos de los últimos 4 años del SBDC Centro de Desarrollo Empresarial del SENA, regional Caquetá, donde se fomenta la cultura emprendedora y se impulsa el emprendimiento, donde se evidencia una marcada brecha entre las mujeres y hombres que deciden iniciar a emprender versus los que realmente terminan emprendiendo. Durante los años 2020 – 2022, se crearon 83 empresas de las cuales el 28% son lideradas por mujeres y el restante 72% son ideados y conducidos por hombres, resaltando la notable diferencia que existe, toda vez que, los hombres son los que terminan el proceso que los lleva a materializar su plan de negocios con la creación y puesta en marcha de sus empresas, mientras que las mujeres desisten durante el proceso (camino) por diversas razones, entre las más representativas encontramos causas como por ejemplo: barreras culturales, autoconfianza, poca motivación, no creen en sus talentos, no se consideran inteligentes, nerviosas, bajo nivel educativo, miedos, múltiples ocupaciones en el hogar, entre otras.

El mercado objetivo, son mujeres mayores de edad, con unidades productivas o empresarias, o ideas de negocio. Que gusten o sienten interés por potencializar sus capacidades como mujer empoderada, que quieran una independencia económica a través de programas que las llevan a ser sus propias dueñas de sus negocios.

5.4.2 Barreras de Entrada

Para MujerEmprende con Propósito, un negocio centrado en empoderar a mujeres emprendedoras, hay varias barreras de entrada que pueden afectar su establecimiento y crecimiento. Estas barreras pueden incluir:

Capital inicial: La necesidad de financiamiento inicial para establecer y operar el negocio. Esto incluye una serie de costos asociados con el desarrollo de contenido educativo, organización de eventos y marketing para atraer a las clientas.

Reconocimiento de marca: Establecer una marca reconocida y confiable en el mercado puede llevar tiempo y recursos. La construcción de una reputación sólida como un recurso confiable y valioso para las mujeres emprendedoras puede ser una barrera inicial para MujerEmprende con Propósito.

Red de contactos y alianzas estratégicas: Desarrollar una red sólida de contactos y colaboraciones estratégicas con otras organizaciones y empresas es fundamental para el éxito del negocio. Sin embargo, construir estas relaciones lleva tiempo y requiere un enfoque estratégico.

Conocimiento y experiencia: Para ofrecer servicios de mentoría y apoyo efectivos, el equipo de MujerEmprende con Propósito debe tener un profundo conocimiento y experiencia en áreas como el emprendimiento, el desarrollo empresarial y el empoderamiento de mujeres. La falta de experiencia puede ser una barrera para establecer credibilidad y confianza entre las clientas potenciales.

Regulaciones y requisitos legales: Cumplir con las regulaciones y requisitos legales para operar un negocio. Esto puede incluir cumplimiento de normativas laborales, tributarias y fiscales, y otras consideraciones legales.

Superar estas barreras requerirá un enfoque estratégico, inversión de recursos y compromiso a largo plazo por parte del equipo de MujerEmprende con Propósito. Sin embargo, al abordar estas barreras de manera efectiva, el negocio puede establecerse como un recurso invaluable para mujeres emprendedoras en busca de apoyo y orientación para alcanzar sus metas empresariales y personales.

5.4.3 Amenazas y Oportunidades

Este análisis DOFA proporciona una visión general de las fortalezas internas y las debilidades, así como las oportunidades y amenazas externas que enfrenta MujerEmprende con Propósito en el entorno empresarial. Es importante considerar estos factores al desarrollar estrategias para el crecimiento y el éxito continuo del negocio:

Figura 8. Análisis FODA MujerEmprende con propósito



Fuente: Elaboración propia

Debilidades:

Dependencia financiera inicial: La necesidad de financiamiento inicial puede representar una debilidad si no se cuenta con fuentes de financiamiento sólidas o se tiene una dependencia excesiva de inversionistas externos.

Falta de reconocimiento de marca: Como un nuevo negocio, MujerEmprende con Propósito puede enfrentar desafíos para establecer una marca reconocida y confiable en el mercado.

Competencia en el mercado: Existe competencia en el mercado de servicios de apoyo para emprendedores, lo que podría dificultar la diferenciación y la captación de clientes.

Oportunidades:

Crecimiento del emprendimiento femenino: Existe una creciente tendencia hacia el emprendimiento femenino en la sociedad, lo que representa una oportunidad para MujerEmprende con Propósito de captar un segmento de mercado en crecimiento.

Demanda de empoderamiento femenino: Existe una demanda creciente de servicios que empoderen y apoyen a las mujeres emprendedoras en su camino hacia el éxito empresarial, lo que puede ser aprovechado por MujerEmprende con Propósito.

Alianzas estratégicas: La posibilidad de establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones o empresas puede abrir oportunidades para expandir la red de contactos y llegar a un público más amplio.

Fortalezas:

Enfoque en el propósito: La propuesta de valor centrada en el empoderamiento de las mujeres emprendedoras con un propósito más allá del beneficio económico puede diferenciar a MujerEmprende con Propósito en el mercado.

Experiencia y conocimientos del equipo: Contar con un equipo con experiencia y conocimientos en áreas como el emprendimiento, el desarrollo empresarial y el empoderamiento femenino puede ser una fortaleza clave para ofrecer servicios de calidad.

Red de contactos: Una red de contactos sólida puede proporcionar oportunidades de colaboración, mentoría y crecimiento para MujerEmprende con Propósito.

Amenazas:

Cambios económicos y políticos: Factores económicos y políticos pueden afectar el entorno empresarial y la demanda de servicios de apoyo para emprendedores, lo que representa una amenaza potencial para MujerEmprende con Propósito.

Riesgos operativos: Desafíos operativos como problemas de financiamiento, gestión de recursos humanos y cambios en la regulación pueden representar riesgos para la operación del negocio.

Competencia creciente: La competencia en el mercado de servicios para emprendedores puede aumentar, lo que podría afectar la capacidad de MujerEmprende con Propósito para atraer y retener clientes.

5.4.4 Competidores Claves

MujerEmprende con propósito no tiene una competencia directa, pero si indirecta, entre los más relevantes encontramos los siguientes:

- Diego Ramírez Bazzani - Psicólogo Holístico

Psicólogo holístico con diplomado en Medicina Alternativa de la Universidad del Rosario, Colombia. Deportista mindful extremo. Vivió en India 6 meses aprendiendo directamente de maestros espirituales. Instructor de meditación y técnicas de respiración con más de 10 años de experiencia guiando a personas en la liberación del sufrimiento. Ofrece diferentes formas para liberarse del sufrimiento o para profundizar en la paz, felicidad, conocimiento, sabiduría, e ir más allá. Tanto a individuos como a grupos.

El costo del servicio por persona en Colombia por hora, es de manera presencial COP\$155.000 y virtual COP\$111.000. En países Sudamérica por hora \$35 USD U.S.A. y Europa Virtual \$50 USD, presencial \$75 USD.

Atiende a todo tipo de personas, no se especializa en mujeres, no ofrece programas o paquetes que contemple las actividades a realizar con el cliente, no está enfocado en emprendimientos.

- Centro Holístico Integral Eira

Se enfoca en curar el cuerpo en su totalidad, es decir, teniendo en cuenta el plano mental, el físico, el emocional y el espiritual, en busca de una salud y bienestar óptimos. El objetivo principal de la terapia holística es lograr el equilibrio adecuado en todas las áreas de la vida. Los desequilibrios en la vida física, emocional o espiritual perjudican a nuestra salud general. Lo que se busca es identificar y eliminar bloqueos emocionales, mentales y energéticos que impiden avanzar en las diferentes áreas de nuestra vida y alcanzar la felicidad con el conocimiento pleno de nuestra verdadera misión.

El costo del servicio por personas en Colombia por hora es presencial COP\$150.000 y virtual COP\$120.000.

Atiende a todo tipo de personas, no se especializa en mujeres, no ofrece programas o paquetes que contemple las actividades a realizar con el cliente, no está enfocado en emprendimientos.

- Integral coaching

Están enfocados en aumentar la productividad a nivel empresarial, desarrollando procesos de formación personal que buscan mejorar el relacionamiento en todas las direcciones de la empresa. Se centran en comprender la dinámica y cultura empresarial para lograr transformaciones reales de gran valor y alto impacto. En este sentido, diseñan

programas a la medida que están enfocados en el cumplimiento de objetivos planteados, adaptándose a las necesidades específicas de cada organización.

Tabla 13. *Análisis competitivo*

FACTOR	MujerEmprende con propósito	Diego Ramírez Bazzani	Centro Holístico Integral Eira	Integral coaching	Importancia del Cliente
Productos	F	F	D	F	1
Precio	F	D	D	D	1
Calidad	F	F	F	F	2
Servicio	F	F	F	F	2
Fiabilidad	F	F	F	F	3
Estabilidad	F	F	F	F	2
Exptencia	D	F	F	F	2
Reputación	D	F	F	F	2
Localización	F	D	D	D	3
Apariencia	F	F	F	F	4
Métodos de venta	F	F	F	F	3
Políticas de crédito	F	D	D	D	2
Publicidad	D	F	F	F	1
Imagen	D	F	F	F	1

Fuente: Elaboración propia

Nota: Para cada factor enumerado en la primera columna, evalúe si cree que es una fortaleza o una debilidad (F o D) para su negocio y sus competidores. Luego, clasifique la importancia de cada factor para su cliente objetivo en una escala del 1 al 5 (1 = muy importante; 5 = no muy importante). Utilice esta información para explicar sus ventajas y desventajas competitivas. fuente de la cual tomo la información o autoría propia

El emprendimiento tiene la capacidad de ofrecer programas más bajos que los competidores, toda vez que atendemos a mujeres consultantes no por horas, sino que cada paquete comprende una serie de actividades, acciones o herramientas que en conjunto van desarrollando y van avanzando en el proceso hasta culminarlo aproximadamente el tiempo

de ejecución de hasta 9 meses, todo depende del avance que realice la usuaria, donde en horas en promedio se van 48 a 60 horas y dependiendo del programa escogido.

Los programas que se ofrecen en la empresa están dirigidos a mujeres y en especial aquellas que emprenden, que tiene una unidad productiva o empresarias, en el municipio de Florencia Caquetá, con la opción de atender a cualquier mujer a nivel global, ya que los servicios se pueden prestar de manera virtual, presencial o híbrido, tenemos la flexibilidad de elegir dónde y cuándo trabajar.

5.4.5 Precios

El precio de venta se estableció tendiendo como referencia el costo, la competencia y el de valor. Donde la competencia indirecta está relacionada con aquellas empresas que en la actualidad ofrecen procesos holísticos, donde cada una tiene sus características y procedimientos específicos que se centran en la evolución personal. Si bien atiende todo tipo de persona interesada en este proceso, no se centran en trabajar con mujeres que tengan una idea de negocio, emprendedoras o empresarias a encuentren un verdadero propósito para hacerlo, apasionadas por la misión y el talento que tienen para hacerlo.

Los precios de referencia de estos paquetes, están dados por el valor que cobran aproximadamente por 2 horas presenciales a COP\$155.000 la hora y de manera virtual COP\$111.000, donde aproximadamente cada paciente puede requerir entre 40 a 60 horas de atención, oscilando precio por paquete de manera presencial COP\$6.200.000 - COP\$9.300.000 y virtual COP\$1.110.000 - COP\$6.660.000.

En el modelo de negocio el valor de los paquetes que se ofertarán tendrá los siguientes valores programa inicial gestión de marca personal (COP\$1.800.000), programa intermedio o gestión del negocio (COP\$2.200.000) y programa avanzando o superior formulación de planes de negocios (COP\$2.200.000).

Tabla 14. *Estrategia de precios*

Nombre del emprendimiento	MujerEmprende con propósito	
Señale ¿Cuál de las siguientes estrategias de precios empleará?		
<p style="text-align: center;">Costo Plus</p> <p style="text-align: center;"><i>No aplica</i></p>	<p style="text-align: center;">Basado en Valor</p> <p style="text-align: center;"><i>Se toma como precio base un servicio sustituto incumbente y se plantea en valor adicional basado en el valor que ofrece el servicio del emprendimiento</i></p>	<p style="text-align: center;">Otro:</p>
<p style="text-align: center;">Enfoque en las necesidades del cliente, servicios personalizados y adaptados a las circunstancias específicas de cada uno, hace que el impacto real y el valor percibido de los programas tengan una aceptación sin importar el precio. facilitando la captura de mayor valor, mejorando la diferenciación competitiva y fomentando relaciones a largo plazo</p>		

Fuente: Elaboración propia

5.4.6 Canales de Distribución

Los canales de distribución utilizados para los servicios de MujerEmprende con Propósito dependiendo de las preferencias de las usuarias, son los siguientes:

Plataforma en línea: Utilizar un sitio web como plataforma principal para promocionar y ofrecer los servicios de MujerEmprende con Propósito. A través del sitio web,

las clientas pueden acceder a información sobre los programas ofrecidos, registrarse para eventos, inscribirse en sesiones de asesoría y realizar pagos.

Redes Sociales: Uso de plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn para promocionar los servicios, compartir contenido relevante y conectarse con las clientas potenciales. Las redes sociales también pueden utilizarse para interactuar con la comunidad, responder preguntas y ofrecer soporte.

Eventos y Talleres Presenciales: Organizar eventos, talleres y seminarios presenciales dirigidos a mujeres emprendedoras en diferentes ubicaciones geográficas. Estos eventos pueden servir como una oportunidad para promocionar los servicios de MujerEmprende con Propósito, establecer conexiones personales y brindar capacitación en persona.

Alianzas Estratégicas: Establecer alianzas con otras organizaciones, instituciones educativas, incubadoras de negocios u organizaciones sin fines de lucro que trabajen con mujeres emprendedoras. Entre algunas de ellas están Cámara de Comercio de Florencia, unidad de emprendimiento de alcaldía de Florencia, SENA, universidad de la amazonia y UNAD, entre otras. Estas alianzas pueden ayudar a ampliar la base de clientes y llegar a nuevos segmentos de mercado.

Email Marketing: Estrategia de email marketing para mantenerse en contacto con las clientas actuales y potenciales, enviar contenido relevante, promociones especiales y recordatorios sobre eventos y programas próximos.

Publicidad en línea: Anuncios pagados en plataformas como Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads y otros canales en línea para llegar a audiencias específicas y promocionar los servicios de MujerEmprende con Propósito.

Al utilizar esta variedad de canales de distribución, MujerEmprende con Propósito puede ampliar su alcance, llegar a diferentes segmentos de mercado y proporcionar un acceso más amplio a mujeres emprendedoras en busca de apoyo y orientación.

5.4.7 Red de Contactos

La red de contactos del emprendimiento se compone de una variedad de personas e instituciones que apoyan y promueven el emprendimiento femenino. Algunos de los elementos clave de esta red pueden incluir:

Emprendedoras: Mujeres que están en diferentes etapas de su viaje empresarial, desde aquellas que están empezando hasta las que ya tienen negocios establecidos. Estas emprendedoras pueden proporcionar apoyo mutuo, compartir experiencias y recursos, y colaborar en proyectos conjuntos.

Organizaciones de Apoyo al Emprendimiento: Incubadoras de negocios, aceleradoras, centros de emprendimiento y otras organizaciones que ofrecen recursos, programas de capacitación, para mujeres emprendedoras. Entre las que encontramos a Cámara de Comercio de Florencia, unidad de emprendimiento de alcaldía de Florencia, SENA, universidad de la amazonia y UNAD, entre otras.

Instituciones Académicas: Universidades y centros de educación que ofrecen programas de emprendimiento y oportunidades de investigación en el campo empresarial femenino.

Organizaciones sin Fines de Lucro: Fundaciones y ONG que se centran en el empoderamiento económico de las mujeres y brindan apoyo financiero, capacitación y recursos para el desarrollo de negocios liderados por mujeres.

Redes de Contactos Personales: Familiares, amigos y colegas que pueden proporcionar apoyo emocional, consejos prácticos y conexiones útiles en el mundo empresarial.

Al cultivar y nutrir esta red de contactos, MujerEmprende con Propósito puede proporcionar un entorno de apoyo sólido y recursos valiosos para las mujeres emprendedoras, ayudándolas a superar desafíos, aprovechar oportunidades y alcanzar el éxito en sus negocios.

Referencias bibliográficas

- Canva Legal Team. (2023). Licencias de contenido y uso de Canva con fines comerciales—
Centro de Ayuda de Canva. https://www.canva.com/es_co/help/licenses-copyright-legal-commercial-use/
- Carrasco, C. (2011): La economía del cuidado: planteamiento actual y desafíos pendientes. *Revista de Economía Crítica*, 11, 205-225.
- Confecámaras (7 de marzo 2023). Mujeres lideran creación de empresas en Colombia, en 2022 el 62,5% del total de empresas fueron creadas por mujeres. Repositorio <https://confecamaras.org.co/noticias/872-mujeres-lideran-creacion-de-empresas-en-colombia-en-2022-el-62-5-del-total-de-empresas-fueron-creadas-por-mujeres>
- Congreso de la República de Colombia. (1982). Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor. Diario Oficial. 35.949. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3431>
- Congreso de la República de Colombia. (1996). Ley 256 de 1996. “Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal.” Diario Oficial 42.692. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=38871>
- Congreso de la República de Colombia. (1999). Ley 527 de 1999. “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.” Diario Oficial No, 43.673. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4276#>
- Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1116 de 2006. “Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan

otras disposiciones.” Diario Oficial No. 46.494.

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1116_2006.html

Congreso de la República de Colombia. (2011). Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial 48220.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Congreso de la República de Colombia. (2012). Ley 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Diario Oficial 48587.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

Constitución Política de Colombia. (1991).

<https://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%20202015.pdf>

Diario La República. (21 de julio 2020). Algunas razones de porqué cuestan tanto escalar los emprendimientos liderados por mujeres. Repositorio <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/algunas-razones-de-porque-cuesta-tanto-escalar-los-emprendimientos-liderados-por-mujeres-3034013#:~:text=Las%20razones%20del%20porqu%C3%A9,y%20hasta%20falta%20de%20financiamiento>.

Diario Portafolio. (8 de marzo 2019). Las mujeres emprenden porque quieren, los hombres porque lo necesitan. Repositorio <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/radiografia-de-la-mujer-colombiana-en-el-emprendimiento-527234>

- Martínez, A.; Moreno, J.; Pereira, F.; Osorio, F.; López, M.; Schmutzler, J.; Gómez, L.; Santiago, V.; Parra, L. y Orozco, J. (2023). Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023: En camino hacia la reactivación. Cali: Editorial Universidad Icesi. Repositorio institucional https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/cdee/informes/Reporte_GEM_Colombia_2022-2023.pdf
- Picchio, A. (2009). Condiciones de vida: Perspectivas, análisis económico y políticas públicas. *Revista de Economía Crítica*, 7, 27-54.
- Portal Web Daniel Colombo. (2021). 5 tendencias de coaching 2022 en las empresas. Repositorio <https://www.danielcolombo.com/5-tendencias-de-coaching-2022-en-las-empresas-la-generacion-millennial-es-la-que-mas-aprecia-este-recurso-segun-un-informe-de-icf-por-daniel-colombo/>