

Corporación Universitaria Remington

Proyecto de grados

Mercadeo y estrategia comercial

PLAN DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL PARA EL EMPRENDIMIENTO DOCE27

Natalia Andrea Rodríguez Munera

CC. 1020418065

Docente: Natalia Ortiz Luna

Plan Empresa – Plan de Fortalecimiento Empresarial

Medellín- 2026

2. Resumen Ejecutivo

Descripción de la empresa

DOCE27 es un emprendimiento enfocado en la comercialización presencial de jeans. Esta iniciativa surge como una idea personal enfocada en ofrecer jeans de buena calidad, variedad de estilos y precios accesibles para clientes que buscan comodidad y buen ajuste.

Situación actual

Actualmente, las ventas se realizan de manera presencial en el entorno laboral, específicamente en la sede de Bancolombia, y a través de recomendaciones de clientes, utilizando el voz a voz como principal estrategia de comercialización. Esta dinámica permite mantener el emprendimiento activo y consolidar una base de clientes que confían en los productos.

Principales debilidades identificadas

Se identifican debilidades relacionadas con la falta de estrategias comerciales definidas, ausencia de acciones de fidelización y la necesidad de mejorar los procesos operativos, especialmente en la disponibilidad inmediata de tallas y el uso de canales digitales.

Enfoque del fortalecimiento propuesto

El plan se orienta a organizar y hacer crecer a DOCE27 profesionalizando la parte de ventas y administración. Se busca pasar de vender solo en persona a integrar una tienda fuerte en Instagram durante este año 2026.

Resultados esperados

Se espera pasar de un promedio mensual de 16 jeans a 25 unidades en el primer semestre. Asimismo, se busca captar clientes nuevos que no pertenezcan al círculo cercano y mejorar la fidelización mediante una base de datos organizada.

3. Caracterización de la Empresa

Nombre

DOCE27 surge a partir de la fecha de nacimiento de la emprendedora Natalia Rodríguez lo que le da un significado personal y una identidad propia a la marca. Además, se eligió porque tiene una sonoridad llamativa, fácil de pronunciar y recordar, lo que facilita que los clientes lo identifiquen con mayor facilidad. De igual manera, DOCE27 transmite un nombre moderno, alineado con el estilo de los jeans que se ofrecen, buscando generar recordación y posicionar el negocio como una opción confiable para quienes buscan jeans cómodos, con buen ajuste y variedad de estilos.

Historia y Contexto

El emprendimiento DOCE27 surge a partir de una iniciativa personal de la emprendedora Natalia Rodríguez, quien desde temprana edad ha tenido afinidad por el área comercial y un marcado interés por la moda. A lo largo de su vida laboral, ha estado vinculada a actividades comerciales; sin embargo, en sus primeras experiencias dentro del sector financiero no tenía la posibilidad de ofrecer productos directamente a los clientes de la entidad, lo que limitaba el desarrollo de sus habilidades en ventas.

Adicionalmente, su entorno laboral inicial era reducido, ya que compartía con un grupo aproximado de cinco compañeros, lo que generaba una interacción constante con las mismas personas y pocas oportunidades de ampliar su red de contactos o identificar nuevas opciones de negocio.

Esta situación cambió al ingresar a Bancolombia, donde su panorama se amplió significativamente. En este nuevo entorno, la emprendedora comenzó a interactuar con un mayor número de personas, fortaleciendo sus habilidades comerciales y estableciendo nuevas relaciones interpersonales. En este contexto, sus compañeras empezaron a notar y admirar su estilo de vestir, generando comentarios positivos y preguntas frecuentes sobre las prendas que utilizaba.

A partir de esta situación, la emprendedora identificó una oportunidad de negocio. Motivada por su gusto personal por visitar el centro de la ciudad y explorar opciones de vestuario, decidió buscar proveedores que le permitieran iniciar la comercialización de prendas. En un principio, el modelo de venta se basaba en ofrecer productos bajo pedido; sin embargo, esta modalidad presentaba dificultades, ya que la disponibilidad de las prendas no siempre era inmediata y, en algunos casos, los productos ya no se encontraban disponibles al momento de concretar la venta.

Frente a esta problemática, la emprendedora decidió cambiar su estrategia, optando por adquirir directamente las prendas que consideraba más atractivas según su criterio y experiencia. Posteriormente, las llevaba a su lugar de trabajo para que las clientas pudieran verlas físicamente y elegir de manera más segura, lo que permitió mejorar la experiencia de compra y generar mayor confianza.

Con el tiempo, el emprendimiento comenzó a consolidarse, especialmente gracias a la alta aceptación de los jeans, los cuales se destacaban por su calidad, ajuste y variedad de estilos. Las clientas satisfechas empezaron a recomendar los productos, lo que permitió el crecimiento del negocio a través del boca a boca.

Asimismo, la emprendedora se dio a conocer por su capacidad de identificar las preferencias de sus clientas, conseguir prendas específicas según sus necesidades y ofrecer una atención ágil y personalizada. Aunque también comercializa otros productos como medias y prendas básicas, los jeans se han convertido en el producto principal y de mayor rotación dentro del emprendimiento.

De esta manera, DOCE27 ha logrado posicionarse de forma empírica en su entorno cercano, consolidando una base de clientes frecuentes. Actualmente, el emprendimiento busca fortalecer su estructura organizacional y ampliar su alcance mediante la implementación de estrategias digitales, con el fin de lograr un crecimiento más estructurado, sostenible y competitivo en el mercado.

Actividad económica

La actividad económica del emprendimiento DOCE27 se centra en la comercialización de prendas de vestir, especialmente jeans, los cuales representan el producto principal debido a su alta demanda y rotación. El negocio busca ofrecer productos de buena calidad, variedad de estilos y precios accesibles, enfocados en satisfacer las necesidades de sus clientas.

Las ventas se realizan principalmente de manera presencial, lo que facilita la interacción directa con los clientes y permite brindar asesoría personalizada en la elección del producto, generando confianza y una mejor experiencia de compra.

Adicionalmente, DOCE27 complementa su operación mediante la gestión de pedidos específicos según la solicitud de las clientas, lo que le permite adaptarse a sus necesidades y ampliar su oferta sin depender únicamente del inventario disponible.

Productos o servicios

Actualmente, DOCE27 se enfoca principalmente en la comercialización de jeans para mujeres, los cuales representan el producto con mayor rotación y nivel de ventas dentro del emprendimiento, convirtiéndose en su principal fuente de ingresos.

Adicionalmente, se ofrecen otros productos complementarios como medias, prendas básicas y diferentes tipos de ropa según la solicitud de las clientas. Esto permite brindar un portafolio variado y adaptable a las necesidades del mercado.

Cabe resaltar que, aunque existe diversidad en los productos ofrecidos, el enfoque estratégico del emprendimiento se centra en los jeans, dado que son el producto más demandado, con mayor aceptación y el que ha permitido el posicionamiento del emprendimiento en su entorno.

Imagen 1



Fuentes: Fotos tomadas y elaboradas por proveedor marzo 2026

Situación organizacional y operativa actual

La estructura organizacional de DOCE27 es de tipo unipersonal, donde la emprendedora es responsable de la totalidad de las actividades del negocio, incluyendo la compra de productos, gestión de inventario, ventas, atención al cliente y control administrativo.

En el ámbito operativo, el emprendimiento funciona de manera empírica, apoyándose en herramientas básicas como registros manuales y archivos en Excel para el control de ventas e inventario. Sin embargo, no existe una estandarización de procesos ni una planificación estructurada que permita optimizar la operación.

La gestión del inventario depende de la disponibilidad inmediata de los productos, lo que en ocasiones limita la capacidad de respuesta frente a la demanda, especialmente en tallas de alta rotación.

4. Diagnóstico Empresarial

Diagnóstico interno

Actualmente, el emprendimiento DOCE27 es gestionado en su totalidad por la emprendedora, quien se encarga de las actividades de compra, venta, control de inventario, atención al cliente y gestión administrativa.

El manejo de la información se realiza mediante herramientas básicas, principalmente a través de hojas de Excel y registros manuales, en los cuales se consignan las ventas realizadas, los productos adquiridos y un control básico del inventario (ver ejemplo 1). Adicionalmente, se cuenta con un cuaderno (imagen 1) donde se registran las entregas a las clientas y una agenda (imagen 2) para el seguimiento de pedidos y control de ventas.

A partir de este análisis, se identifican las siguientes condiciones por área:

- **Administrativo:**

El emprendimiento funciona de manera independiente, sin una estructura organizacional definida. Todas las funciones administrativas son realizadas directamente por la emprendedora, lo que evidencia la necesidad de establecer procesos más organizados y roles definidos para mejorar la gestión.

- **Financiero:**

No se cuenta con un control detallado de ingresos, costos y ganancias. Los recursos obtenidos de las ventas son reinvertidos en la compra de nuevos productos, sin llevar un registro claro de la rentabilidad del negocio, lo que limita la toma de decisiones financieras.

- **Operativo:**

La disponibilidad de los productos depende del inventario existente en el momento de la venta. Esta situación genera limitaciones, especialmente en tallas de alta rotación como la 8 y 10, ocasionando pérdida de oportunidades comerciales por falta de stock. (Imagen 3)

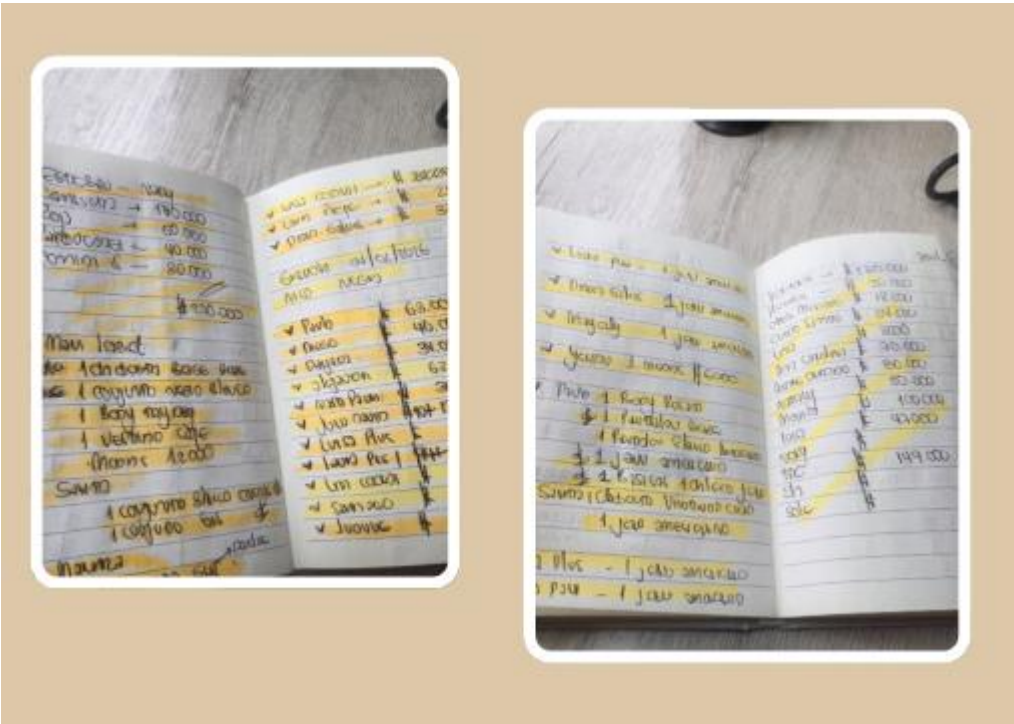
- **Comercial:**

La actividad comercial se basa principalmente en ventas presenciales y recomendaciones de clientes (voz a voz). No se cuenta con estrategias comerciales definidas, promociones estructuradas ni presencia en redes sociales, lo que restringe el alcance del emprendimiento y su crecimiento en el mercado. (Imagen 4)

Ejemplo 1

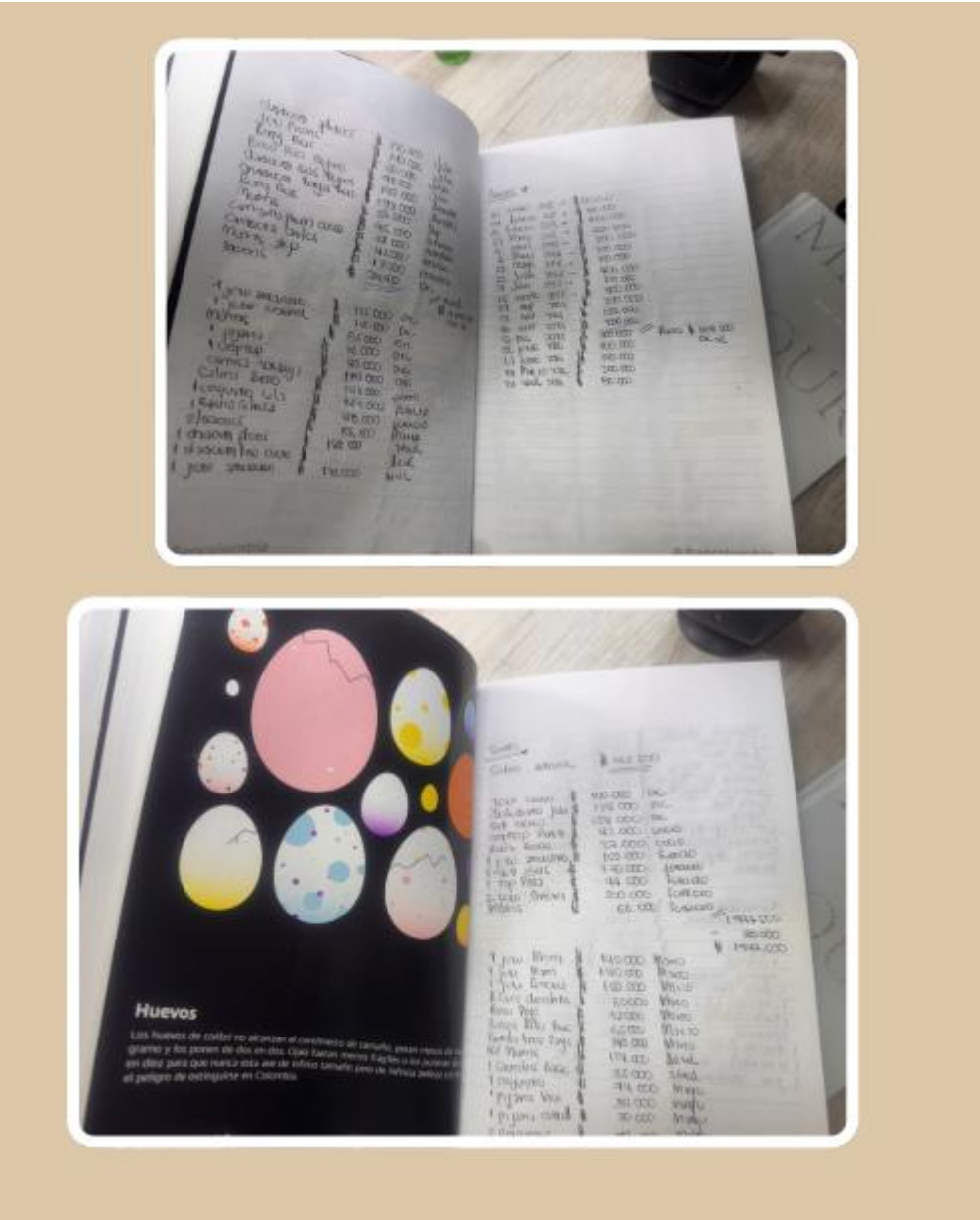
Fecha	Cliente	Producto	Talla	Cantidad	Precio Venta	Costo	Ganancia	Estado
3/3/2026	Ivonne Ruiz	Jean Americano	3U	1	\$170.000	\$120.000	\$50.000	Entregado

Imagen 1. Registro manual de entrega y control de jeans



Fuente: Elaboración propia (2026)

Imagen 2. Evidencia de control manual de ventas



Fuente: Elaboración propia (2026)

Imagen 3. Evidencia del inventario disponible de DOCE27)



Fuente: Elaboración propia (2026).

Imagen 4. Evidencia del proceso de comercialización presencial



Fuente: Elaboración propia (2026).

Identificación de problemas críticos

- Falta de organización administrativa.
- No existe control financiero del negocio.
- Inventario limitado de tallas y estilos.
- No existe base de datos de clientes.
- Dependencia del voz a voz y no uso de redes sociales.

Priorización de áreas a fortalecer

- 1. Área comercial (Alta prioridad):** Implementar estrategias de ventas y uso de Instagram.
- 2. Área operativa (Alta prioridad):** Mejorar el manejo del inventario y planificación de reposición.
- 3. Área administrativa (Prioridad media):** Organizar la información y crear base de datos.
- 4. Área financiera (Prioridad media):** Control de ingresos y gastos para conocer la rentabilidad.

5. Planteamiento del Problema

Descripción del problema

Actualmente, el emprendimiento DOCE27 presenta limitaciones en su crecimiento, principalmente porque no cuenta con estrategias de marketing digital que le permitan llegar a más personas. En este momento, las ventas se realizan de forma presencial y a través del voz a voz, lo cual ha funcionado para mantenerse, pero no ha sido suficiente para crecer.

Aunque se ha logrado tener clientas frecuentes, el negocio depende mucho del entorno cercano, lo que hace que el alcance sea limitado y no se aprovechen otras oportunidades en el mercado. Actualmente, muchos negocios utilizan redes sociales como principal canal para darse a conocer.

Esta situación se debe a varias razones, como la falta de conocimiento en el manejo de redes sociales, la ausencia de una estrategia clara de marketing, la poca iniciativa para llevar el negocio a lo digital y la dependencia del voz a voz como principal medio de venta. Además, no se cuenta con una planificación comercial que permita organizar mejor el crecimiento del emprendimiento.

Como resultado, DOCE27 tiene poca visibilidad, no llegan muchos clientes nuevos, la rotación del inventario es limitada en algunos momentos y las ventas se mantienen en un nivel muy similar, sin un crecimiento significativo.

Impacto de las debilidades en el desempeño

Estas debilidades afectan directamente el desarrollo del emprendimiento, ya que limitan su crecimiento y su capacidad de posicionarse en el mercado.

Al no tener presencia en redes sociales, se reduce la posibilidad de atraer nuevos clientes, haciendo que el negocio dependa casi totalmente de las mismas personas. Esto impide que DOCE27 se dé a conocer a un público más amplio.

Por otra parte, cuando no hay disponibilidad de algunas tallas o productos, se pierden ventas, lo que afecta los ingresos. También, al no llevar un control financiero detallado, no se tiene claridad sobre las ganancias reales del negocio, lo que dificulta tomar decisiones para mejorar.

En general, todo esto hace que el emprendimiento se mantenga estable, pero sin avanzar de manera significativa.

Figura 1. Árbol de problemas del emprendimiento DOCE27. Elaboración propia (2026).

ÁRBOL DE PROBLEMAS - DOCE27				
EFECTOS				
Baja visibilidad en el mercado	Escasez de nuevos clientes	Bajo posicionamiento de la marca	Baja rotación de inventario	Estancamiento en las ventas
PROBLEMA CENTRAL				
Limitado alcance comercial del emprendimiento DOCE27 debido a la ausencia de estrategias de marketing digital				
CAUSAS				
Falta de conocimiento técnico en redes sociales	Ausencia de estrategias de marketing digital	Baja iniciativa para migrar a entornos digitales	Dependencia del voz a voz como único canal	Falta de planificación comercial

Problema central

Limitado alcance comercial del emprendimiento DOCE27 debido a la ausencia de estrategias de marketing digital.

Causas (Raíces)

- ✓ Falta de conocimiento técnico en el manejo de redes sociales
- ✓ Ausencia de estrategias de marketing digital
- ✓ Baja iniciativa para migrar el negocio a entornos digitales
- ✓ Dependencia del voz a voz como único canal de ventas
- ✓ Falta de planificación comercial

Efectos (consecuencias)

- ✓ Escasez de nuevos clientes
- ✓ Bajo posicionamiento de la marca
- ✓ Poca visibilidad en el mercado
- ✓ Baja rotación de inventario
- ✓ Estancamiento en las ventas
- ✓ Limitado crecimiento del emprendimiento

Riesgos de no intervenir

Si no se toman acciones para mejorar la situación actual, el emprendimiento puede enfrentar varios riesgos importantes.

Uno de los principales es la pérdida de clientes, ya que hoy en día muchas personas prefieren comprar a través de redes sociales, y al no tener presencia digital, pueden elegir otras opciones. También existe el riesgo de que el negocio se quede estancado, sin lograr aumentar sus ventas.

Además, la baja rotación del inventario puede generar pérdidas económicas, y la falta de control financiero puede impedir saber realmente si el negocio está siendo rentable.

Por estas razones, se hace necesario implementar estrategias que permitan mejorar el área comercial, organizar mejor el negocio y lograr un crecimiento más estable a futuro.

Los principales riesgos identificados se presentan a continuación.

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Consecuencia	Plan de mitigación
Pérdida de clientes	Alta	Alta	Disminución de ventas	Diseñar un cronograma semanal con mínimo 3 publicaciones y seguimiento diario de mensajes en Instagram
Estancamiento del negocio	Alta	Alta	No crecimiento	Implementar estrategias comerciales digitales como promociones, historias interactivas y publicaciones constantes para aumentar el alcance del emprendimiento.
Inventario no rotado	Media	Alta	Pérdidas económicas	Realizar seguimiento semanal al inventario y priorizar la compra de tallas con mayor demanda, especialmente 8 y 1
Desorganización financiera	Alta	Media	No conocer ganancias reales	Implementar un formato de control financiero en Excel para registrar diariamente ingresos, gastos y ganancias.
Baja interacción en redes sociales	Media	Media	Poca visibilidad digital	Crear contenido dinámico como reels, promociones y publicaciones atractivas que generen mayor interacción con los clientes.
Incremento en costos de proveedores	Media	Alta	Disminución de rentabilidad	Cotizar periódicamente con diferentes proveedores para comparar precios y mantener costos competitivos.

6. Objetivos del Plan de Fortalecimiento

Objetivo general

Fortalecer el emprendimiento DOCE27 mediante la organización de sus procesos y la implementación de estrategias comerciales, especialmente en redes sociales, que le permitan ampliar su alcance y mejorar sus ventas durante el año 2026.

Objetivos específicos

- Implementar el uso de redes sociales, principalmente Instagram, para dar a conocer el emprendimiento y atraer nuevos clientes que no pertenezcan al entorno cercano.
- Organizar el control de inventario con el fin de mejorar la disponibilidad de productos, especialmente en las tallas más solicitadas, y evitar la pérdida de ventas.
- Llevar un registro más ordenado de la información administrativa y financiera del negocio, que permita tener mayor claridad sobre las ventas, gastos y ganancias.

Relación de los objetivos con las áreas críticas

Los objetivos planteados están directamente relacionados con las áreas críticas identificadas en el diagnóstico empresarial, buscando dar solución a las principales debilidades del emprendimiento.

El objetivo de implementar redes sociales responde al área comercial, ya que busca mejorar la visibilidad del negocio, ampliar el alcance y disminuir la dependencia del voz a voz como único canal de ventas.

Por su parte, el objetivo de organizar el control de inventario se relaciona con el área operativa, permitiendo mejorar la disponibilidad de productos, especialmente en tallas de alta demanda, y reducir la pérdida de oportunidades de venta.

Finalmente, el objetivo de llevar un registro más organizado de la información administrativa y financiera se conecta con las áreas administrativa y financiera, facilitando el control del negocio, la toma de decisiones y el conocimiento real de la rentabilidad.

7. Estrategia de Fortalecimiento Empresarial

Líneas estratégicas de mejora

El fortalecimiento del emprendimiento DOCE27 se enfoca principalmente en mejorar el área comercial, organizando a su vez los procesos internos del negocio. Para esto, se plantean tres líneas estratégicas principales:

- **Fortalecimiento comercial:** Implementar el uso de redes sociales, especialmente Instagram, como canal de ventas y promoción, con el fin de aumentar la visibilidad del emprendimiento y atraer nuevos clientes.
- **Organización operativa:** Mejorar el control de inventario, asegurando disponibilidad de productos, especialmente en las tallas más solicitadas, para evitar la pérdida de ventas.

- **Mejoramiento administrativo y financiero:** Llevar un control más ordenado de la información del negocio, incluyendo ventas, gastos y ganancias, que permita tomar decisiones más claras y acertadas.

Justificación de las acciones propuestas

Las acciones propuestas surgen a partir de las debilidades identificadas en el diagnóstico empresarial, donde se evidenció que el mayor problema del emprendimiento está en el área comercial, debido a la falta de estrategias digitales y la dependencia del voz a voz.

Implementar redes sociales permitirá que DOCE27 tenga mayor visibilidad, llegue a más personas y no dependa únicamente del entorno cercano. Esto es importante teniendo en cuenta que actualmente el mercado exige presencia digital para poder competir.

Por otro lado, organizar el inventario ayudará a mejorar la disponibilidad de productos y evitar la pérdida de ventas por falta de tallas. Asimismo, llevar un mejor control administrativo y financiero permitirá conocer la realidad del negocio y tomar decisiones más acertadas para su crecimiento.

Enfoque metodológico del fortalecimiento

El plan de fortalecimiento se basa en un enfoque de mejora continua, donde se busca organizar y optimizar los procesos actuales del emprendimiento sin cambiar completamente su forma de trabajo, sino mejorando lo que ya se viene haciendo.

Se parte de la experiencia que ya tiene la emprendedora en ventas presenciales y en el manejo de clientes, potenciando estas fortalezas mediante la incorporación de herramientas digitales y una mejor organización interna.

De esta manera, el fortalecimiento no solo busca aumentar las ventas, sino también lograr que el emprendimiento sea más organizado, sostenible y con mayores posibilidades de crecimiento a futuro.

8. Plan de Acción

Área	Acción específica	Responsable	Recursos necesarios	Cronograma
Comercial	Crear cuenta de Instagram del emprendimiento	Emprendedora	Celular, internet	Mes 1

Comercial	Publicar catálogo de productos (jeans disponibles)	Emprendedora	Fotos, iluminación, tiempo	Mes 1
Comercial	Diseñar contenido (historias, promociones, combos)	Emprendedora	Aplicaciones como Canva, celular	Mes 2
Comercial	Implementar estrategia de ventas por redes (responder mensajes, cotizar, cerrar ventas)	Emprendedora	WhatsApp, Instagram	Permanente
Operativa	Crear formato de control de inventario en Excel	Emprendedora	Computador, Excel	Mes 1
Operativa	Organizar inventario por tallas (8, 10, 12) y estilos	Emprendedora	Espacio físico, tiempo	Mes 1
Operativa	Realizar revisión semanal de inventario	Emprendedora	Registro en Excel	Permanente
Administrativa	Crear base de datos de clientes (nombre, teléfono, compras)	Emprendedora	Excel o cuaderno	Mes 1
Administrativa	Implementar seguimiento a clientes (mensajes, promociones)	Emprendedora	WhatsApp	Mes 1- continuo
Financiera	Registrar diariamente ingresos y gastos	Emprendedora	Cuaderno o Excel	Inmediato
Financiera	Calcular ganancias mensuales del negocio	Emprendedora	Registros financieros	Mensual

El plan de acción está diseñado para ejecutarse de manera progresiva, iniciando con la implementación de herramientas básicas en el área comercial, operativa y administrativa. Las acciones planteadas buscan mejorar la organización del emprendimiento, aumentar su visibilidad y optimizar el control del negocio, permitiendo un crecimiento más organizado, sostenible y con mayor proyección en el mercado.

Evidencias del plan de acción

Las actividades planteadas dentro del plan de acción cuentan con evidencias de implementación y seguimiento, las cuales se presentan en la sección de anexos del presente documento. Estas evidencias incluyen formatos de control, registros manuales, fotografías, ejemplos de publicaciones, control de inventario y herramientas utilizadas para el fortalecimiento del emprendimiento DOCE27.

“El cronograma se desarrollará durante el primer semestre del año 2026, con seguimiento continuo de las actividades implementadas.”

Resultados esperados del fortalecimiento

La implementación de las estrategias planteadas dentro del plan de fortalecimiento empresarial ha permitido evidenciar avances importantes en las áreas comercial, operativa, administrativa y financiera del emprendimiento DOCE27.

- **Resultado del objetivo 1**

Implementar el uso de redes sociales

Como parte de la estrategia digital planteada, se creó la cuenta oficial de Instagram de DOCE27, permitiendo fortalecer la presencia digital del emprendimiento y establecer un canal de comunicación directo con clientes potenciales. Adicionalmente, se diseñaron publicaciones, historias promocionales y contenido visual orientado al posicionamiento de la marca y al incremento de las ventas.

Como evidencia de este proceso, se anexan diseños de marca, propuestas de contenido y estrategias digitales.

- **Resultado del objetivo 2**

Organizar el control de inventario

Se fortaleció el manejo del inventario mediante registros manuales y organización de los productos por tallas y referencias, permitiendo tener mayor control sobre la disponibilidad de prendas y las necesidades de reposición.

Adicionalmente, se evidenció la importancia de mantener seguimiento constante al inventario para evitar pérdida de ventas por falta de disponibilidad.

Como soporte de esta actividad, se anexan fotografías del inventario y registros de control realizados manualmente.

- **Resultado del objetivo 3**

Mejorar el control administrativo y financiero

Se implementaron registros manuales de ventas, pedidos y control financiero básico, permitiendo tener mayor claridad sobre ingresos, gastos y ganancias del emprendimiento.

Asimismo, se desarrolló una proyección financiera básica mediante flujo de caja estimado, facilitando la toma de decisiones relacionadas con inversión, compra de inventario y organización del negocio.

Como evidencia, se anexan fotografías de registros manuales, tablas de control y formatos financieros utilizados durante el proceso.

9. Impacto en el Modelo de Negocio

El plan de fortalecimiento propuesto para el emprendimiento DOCE27 genera cambios importantes en la forma en que actualmente opera el negocio, especialmente en los procesos comerciales, administrativos y en la relación con los clientes.

En primer lugar, se plantea un ajuste en el canal de ventas, pasando de un modelo basado únicamente en ventas presenciales y voz a voz, a un modelo que integra canales digitales, principalmente Instagram. Esto permitirá ampliar el alcance del emprendimiento, llegar a nuevos clientes y no depender exclusivamente del entorno cercano.

En cuanto a los ingresos, se espera un incremento progresivo en las ventas, debido a la mayor visibilidad del negocio, la atracción de nuevos clientes y la mejora en la disponibilidad de productos. Esto permitirá aumentar la rotación del inventario y generar mayores oportunidades de venta.

Respecto a los costos, el plan no implica inversiones elevadas, ya que se basa en el uso de herramientas digitales accesibles como redes sociales, aplicaciones de diseño (Canva) y herramientas básicas como Excel. Sin embargo, se pueden presentar pequeños costos asociados a datos móviles, internet, transporte para compra de mercancía y posibles inversiones en publicidad digital.

A nivel de procesos, el emprendimiento pasará de una gestión empírica a una organización más estructurada, mediante el control de inventario, el registro de ventas, la creación de una base de datos de clientes y el seguimiento comercial. Esto permitirá mejorar la toma de decisiones y optimizar el funcionamiento del negocio.

Finalmente, en la propuesta de valor, DOCE27 fortalecerá su posicionamiento al ofrecer no solo jeans de buena calidad y precio, sino también una experiencia de compra más completa, incluyendo atención personalizada, disponibilidad de productos y facilidad de compra tanto presencial como digital.

En general, el impacto del plan de fortalecimiento permitirá que el emprendimiento sea más organizado, competitivo y con mayores posibilidades de crecimiento sostenible en el mercado.

10. Evaluación Financiera del Fortalecimiento

La implementación del plan de fortalecimiento para DOCE27 no requiere una inversión alta, ya que se basa principalmente en la optimización de los recursos actuales y en el uso de herramientas digitales de bajo costo.

Costos de implementación

Los principales costos asociados al plan son:

- ✓ Conectividad (internet o datos móviles)
- ✓ Transporte para la compra de mercancía
- ✓ Posible inversión en publicidad en redes sociales
- ✓ Tiempo dedicado a la gestión del emprendimiento

Estos costos son relativamente bajos y pueden ser asumidos de manera progresiva, sin afectar significativamente la estabilidad del negocio.

Beneficios económicos esperados

Con la implementación de estrategias comerciales y organizativas, se espera:

- ✓ Incremento en las ventas mensuales (de 16 a 25 jeans en promedio)
- ✓ Mayor rotación de inventario
- ✓ Captación de nuevos clientes
- ✓ Mejor aprovechamiento de cada producto disponible

Esto permitirá generar mayores ingresos y mejorar la rentabilidad del emprendimiento.

Impacto financiero estimado

Al aumentar las ventas y mejorar el control de costos, DOCE27 podrá tener mayor claridad sobre sus ganancias reales. Esto facilitará la toma de decisiones como reinversión, compra de inventario y definición de precios.

Además, el uso de registros en Excel permitirá identificar qué productos generan mayor ganancia y cuáles tienen menor rotación, optimizando así la inversión.

Flujo de caja proyectado

Con el fin de evaluar la viabilidad financiera del plan de fortalecimiento empresarial, se realizó una proyección de ingresos y gastos para los primeros seis meses de operación del emprendimiento dedicado a la comercialización de blue jeans. Esta proyección permite estimar el comportamiento esperado del flujo de caja, la capacidad del negocio para cubrir sus costos y gastos operativos, así como la recuperación de la inversión inicial.

La proyección contempla un crecimiento gradual en las ventas, iniciando con 16 unidades mensuales y alcanzando 20 unidades a partir del tercer mes, manteniendo este nivel durante el resto del período analizado. El precio promedio de venta se estima en \$140.000 por unidad, mientras que el costo de la mercancía vendida representa aproximadamente el 68% de los ingresos, generando un margen bruto del 32%, porcentaje consistente con la actividad comercial del negocio.

Los gastos operativos incluyen transporte, internet y datos, publicidad digital y otros gastos asociados a la operación, los cuales presentan un comportamiento estable durante el semestre, con ligeros incrementos derivados del fortalecimiento de las actividades comerciales.

Como resultado, el emprendimiento genera flujos de caja positivos durante todo el período posterior a la inversión inicial, lo que evidencia una adecuada capacidad para atender sus obligaciones operativas y generar excedentes que contribuyen a la sostenibilidad del negocio.

Concepto	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ventas proyectadas	-	16	18	20	20	20	20
Precio promedio jean	-	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000
Total Ingresos	-	2.240.000	2.520.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000
Costo Mercancia Vendida	2.000.000	1.523.200	1.713.600	1.904.000	1.904.000	1.904.000	1.904.000
Transporte	80.000	80.000	80.000	90.000	90.000	100.000	100.000
Internet y datos	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Publicidad digital	-	-	50.000	70.000	70.000	100.000	100.000
Otros gastos	70.000	70.000	80.000	80.000	90.000	100.000	100.000
Total egresos	2.200.000	1.723.200	1.973.600	2.194.000	2.204.000	2.254.000	2.254.000
Flujo neto	-	2.200.000	516.800	546.400	596.000	546.000	546.000
Margen bruto	32%						
Costo Mercancia Vendida	68%						
Tasa de descuento	4%	semestral					
Periodo	-	1	2	3	4	5	6
Inversión	-	2.200.000	516.800	546.400	596.000	546.000	546.000
VAN		\$ 702.480					
TIR	13%	semestral					

Indicador ROI

El Retorno sobre la Inversión (ROI) permite medir la rentabilidad obtenida en relación con los recursos invertidos para la puesta en marcha y fortalecimiento del emprendimiento.

La inversión inicial asciende a \$2.200.000, destinada principalmente a la adquisición del inventario inicial y a cubrir los gastos requeridos para iniciar la operación.

Durante los seis meses proyectados se estima un flujo neto acumulado de \$3.357.200, equivalente a la suma de los flujos positivos generados por la operación. En consecuencia, el proyecto presenta un ROI aproximado del 53%, lo que significa que, además de recuperar la inversión realizada, genera una rentabilidad adicional durante el período analizado.

Este resultado evidencia que el plan de fortalecimiento empresarial contribuye a mejorar la rentabilidad del emprendimiento y permite generar valor sobre el capital invertido.

Indicador VAN

El Valor Actual Neto (VAN) permite determinar si los flujos de caja futuros generan valor económico una vez descontado el costo de oportunidad del capital.

Para la evaluación financiera se utilizó una tasa de descuento del 4% para el horizonte de evaluación. Con base en esta metodología, el proyecto presenta un Valor Actual Neto (VAN) de \$702.480, resultado que indica que los flujos proyectados son suficientes para recuperar la inversión inicial y generar un valor económico adicional.

Al obtener un VAN positivo, se concluye que la implementación del plan de fortalecimiento empresarial es financieramente conveniente y contribuye a la sostenibilidad del emprendimiento.

Indicador TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) permite estimar la rentabilidad del proyecto a partir de los flujos de caja proyectados.

El análisis financiero arroja una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 13%, superior a la tasa de descuento utilizada en la evaluación. Este resultado indica que el proyecto ofrece una rentabilidad suficiente para compensar el costo de oportunidad del capital invertido y respalda la conveniencia financiera de ejecutar el plan de fortalecimiento empresarial.

Aunque la rentabilidad proyectada es moderada, resulta consistente con un emprendimiento de comercialización de prendas de vestir en etapa de consolidación, donde el crecimiento gradual de las ventas y el control de los costos constituyen factores fundamentales para garantizar su sostenibilidad.

En conjunto, los indicadores financieros muestran que el emprendimiento presenta una estructura económica favorable para su desarrollo. La proyección de ventas, el margen bruto del 32%, el adecuado control de los costos y gastos operativos y la generación de flujos de caja positivos permiten concluir que el negocio es financieramente viable durante el horizonte de evaluación. Asimismo, los resultados obtenidos mediante el ROI, el VAN y la TIR evidencian que la inversión realizada puede recuperarse y generar rentabilidad, respaldando la implementación del plan de fortalecimiento empresarial y las estrategias propuestas para consolidar el crecimiento del negocio.

Indicadores básicos de mejora

Para evaluar el impacto del plan, se proponen los siguientes indicadores:

- ✓ Número de jeans vendidos por mes
- ✓ Ingresos mensuales
- ✓ Ganancia por producto
- ✓ Número de nuevos clientes
- ✓ Rotación de inventario
- ✓ Ventas generadas a través de redes sociales

Estos indicadores permitirán hacer seguimiento al crecimiento del emprendimiento y medir si las acciones implementadas están dando resultados.

11. Análisis de Riesgos

La implementación del plan de fortalecimiento empresarial para DOCE27 puede presentar algunos riesgos internos y externos que podrían afectar el cumplimiento de los objetivos propuestos. Por esta razón, es importante identificar las posibles dificultades y establecer estrategias que permitan minimizar su impacto.

Riesgos de implementación

Uno de los principales riesgos identificados es la baja adaptación al uso constante de herramientas digitales y redes sociales, debido a que actualmente el emprendimiento desarrolla la mayor parte de sus ventas de forma presencial. Esto podría generar dificultades en la continuidad de las publicaciones, atención de mensajes y manejo de contenido digital.

Otro riesgo corresponde a la disponibilidad limitada de inventario, especialmente en las tallas de mayor rotación, lo que puede ocasionar pérdida de ventas y afectar la satisfacción de los clientes.

Asimismo, existe el riesgo de desorganización financiera, debido a que el negocio aún se encuentra en proceso de estructuración administrativa y financiera, lo que puede dificultar el control adecuado de ingresos, costos y ganancias.

Adicionalmente, factores externos como el aumento de la competencia en redes sociales, cambios en las tendencias de moda o variaciones en los precios de los proveedores pueden afectar el crecimiento y estabilidad del emprendimiento.

Barreras internas y externas

Barreras internas

- ✓ Falta de experiencia en marketing digital.
- ✓ Limitación de tiempo para gestionar redes sociales y el negocio al mismo tiempo.
- ✓ Ausencia de procesos organizados en algunas áreas.
- ✓ Limitaciones de capital para ampliar inventario.

Barreras externas

- ✓ Alta competencia en el sector de la moda.
- ✓ Cambios constantes en las preferencias de los clientes.
- ✓ Incremento en costos de proveedores.
- ✓ Saturación de contenido comercial en redes sociales.

Estrategias de mitigación

Riesgo identificado	Estrategia de mitigación
Baja constancia en redes sociales	Crear cronograma de publicaciones y organización semanal de contenido

Falta de inventario en tallas de alta demanda	Realizar seguimiento semanal al inventario y priorizar compras estratégicas
Desorganización financiera	Implementar registros diarios en Excel para ventas, gastos y ganancias
Pérdida de clientes frente a la competencia	Fortalecer la atención personalizada y fidelización
Incremento de costos por proveedores	Buscar proveedores alternativos y comparar precios constantemente

De esta manera, el análisis de riesgos permite anticipar posibles dificultades y establecer acciones preventivas que favorezcan el desarrollo y sostenibilidad del emprendimiento DOCE27.

12. Indicadores de Seguimiento

Con el fin de evaluar el cumplimiento del plan de fortalecimiento empresarial y medir el crecimiento del emprendimiento DOCE27, se establecen los siguientes indicadores clave de desempeño.

Tipo de indicador	Nombre del indicador	Definición / Propósito	Fórmula o método de medición
Cuantitativo	Ventas mensuales	Mide el crecimiento en la cantidad de jeans vendidos mensualmente.	Total de ventas realizadas en el mes
Cuantitativo	Porcentaje de ventas digitales	Evalúa el nivel de ventas generadas por redes sociales.	$(\text{Ventas digitales} / \text{Ventas totales}) \times 100$
Cuantitativo	Rotación de inventario	Mide la velocidad de salida de los productos disponibles.	$\text{Ventas del periodo} / \text{Inventario disponible}$
Cuantitativo	Rentabilidad mensual	Permite conocer la utilidad generada por el emprendimiento.	Ingresos – gastos
Cuantitativo	Nivel de recompra	Mide la cantidad de clientes que vuelven a comprar.	$(\text{Clientes recurrentes} / \text{Total clientes}) \times 100$

Cualitativo	Satisfacción del cliente	Evalúa la percepción de los clientes frente al servicio y calidad de los productos.	Encuestas, comentarios y seguimiento postventa
Cualitativo	Percepción de marca	Permite conocer el reconocimiento y aceptación del emprendimiento.	Interacción en redes sociales y opiniones de clientes

Mecanismos de control y seguimiento

El seguimiento de estos indicadores se realizará mediante registros en Excel, control de inventario y seguimiento de ventas realizadas tanto de manera presencial como digital. Esto permitirá identificar avances, dificultades y oportunidades de mejora dentro del emprendimiento.

Adicionalmente, se realizará una revisión mensual de los resultados obtenidos, con el fin de evaluar si las estrategias implementadas están contribuyendo al cumplimiento de los objetivos planteados.

13. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- ✓ El desarrollo del presente plan de fortalecimiento empresarial permitió identificar las principales debilidades del emprendimiento DOCE27, especialmente en las áreas comercial, operativa, administrativa y financiera.
- ✓ A partir del diagnóstico realizado, se evidenció que el emprendimiento cuenta con fortalezas importantes como la calidad de los productos, la atención personalizada y la fidelización de algunos clientes. Sin embargo, también se identificó la necesidad de mejorar la organización interna y fortalecer la presencia digital para lograr un crecimiento más estructurado.
- ✓ La implementación de estrategias comerciales enfocadas en redes sociales permitirá ampliar el alcance del emprendimiento, atraer nuevos clientes y disminuir la dependencia del voz a voz como único medio de venta.
- ✓ Asimismo, la organización del inventario y el control financiero contribuirán a mejorar la toma de decisiones, optimizar los recursos disponibles y conocer de manera más clara la rentabilidad del negocio.
- ✓ En general, el plan de fortalecimiento empresarial se considera viable, ya que las acciones propuestas son acordes con las necesidades actuales del emprendimiento y pueden implementarse de manera progresiva utilizando recursos accesibles.

Recomendaciones

- ✓ Mantener constancia en el manejo de redes sociales y publicación de contenido.
- ✓ Llevar registros actualizados de ventas, gastos e inventario.
- ✓ Fortalecer la relación con los clientes mediante seguimiento y atención personalizada.
- ✓ Evaluar periódicamente los resultados obtenidos para identificar oportunidades de mejora.

- ✓ Buscar nuevas estrategias de promoción y fidelización que permitan aumentar el posicionamiento de la marca.
- ✓ Continuar fortaleciendo el emprendimiento de manera organizada y sostenible.

14. Anexos

Como soporte del desarrollo del plan de fortalecimiento empresarial del emprendimiento DOCE27, se anexan las siguientes evidencias y documentos:

- ✓ Fotografías de los productos comercializados por el emprendimiento.
- ✓ Evidencias del inventario disponible.
- ✓ Registro manual de ventas y pedidos realizados.
- ✓ Agenda utilizada para el seguimiento de clientes y ventas.
- ✓ Ejemplo básico de control de ventas e inventario en Excel.
- ✓ Evidencias fotográficas del proceso de comercialización presencial.
- ✓ Árbol de problemas elaborado para el diagnóstico empresarial.
- ✓ Tablas y formatos utilizados para el análisis del emprendimiento.

Los anexos presentados permiten evidenciar la situación actual del emprendimiento DOCE27 y respaldan la información desarrollada dentro del plan de fortalecimiento empresarial.

Logo



Identidad del logo

El logo de DOCE27 representa una imagen moderna, elegante y fácil de reconocer. El color negro transmite fuerza, seguridad y sofisticación, mientras que el diseño del jean y el gancho reflejan la esencia del emprendimiento enfocado en la comercialización de jeans para mujeres.

Eslogan

“Jeans para cada historia”

busca transmitir inclusión, comodidad y conexión con diferentes estilos y tallas reales, fortaleciendo así la identidad y posicionamiento de la marca.

Encuesta Doce27

Percepción y hábitos de compra de jeans para mujer

Introducción

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer las preferencias, necesidades y hábitos de compra relacionados con jeans para mujer, con el fin de fortalecer el emprendimiento DOCE27. La información será utilizada únicamente con fines académicos.

Hábitos y preferencias de compra de jeans

1. ¿Con qué frecuencia compras jeans?

Cada mes

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Muy pocas veces

2. ¿Qué es lo MÁS importante para ti al comprar un jean?

Comodidad

Calidad

Precio

Diseño

Tallas disponibles

3. ¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras al comprar jeans?

No encuentro mi talla

Mala horma

Precios altos

Mala calidad

4. ¿Utilizas Instagram para conocer marcas de ropa?

Sí

No

5. ¿Compraría jeans por Instagram o WhatsApp?

Sí

No

Tal vez

6. ¿Qué contenido te llama más la atención en redes sociales?

Promociones

Reels/videos

Fotos de outfits

Opiniones de clientes

7. ¿Qué valoras más en una marca de jeans?

Buena atención

Variedad de tallas

Calidad

Buenos precios

8. ¿Qué mejorarías en los emprendimientos de ropa actuales?

(Pregunta abierta)

Preguntas para el video

¿Qué es lo más difícil al comprar jeans?

¿Compraría jeans por Instagram?

¿Qué valoras más en una marca de ropa?

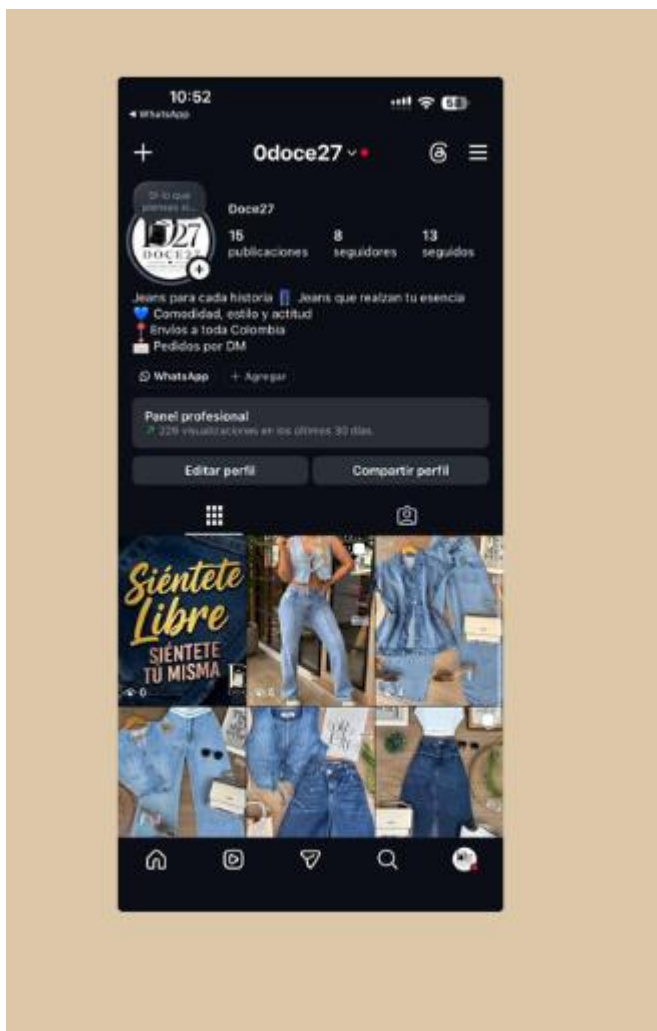


Imagen 5. Perfil oficial de Instagram de DOCE27

(Captura del perfil)

Fuente: Elaboración propia (2026).



Imagen 6. Publicaciones iniciales realizadas en Instagram
(Capturas de publicaciones)

Fuente: Elaboración propia (2026).



Imagen 7. Historias y contenido promocional

(Capturas)

Fuente: Elaboración propia (2026).

Anexo Evidencia de entrevistas realizadas a clientes potenciales

Con el propósito de conocer las preferencias, hábitos de compra y percepción de las consumidoras frente a la adquisición de jeans, se realizaron entrevistas a potenciales clientes. Estas entrevistas permitieron complementar la información obtenida en la encuesta y respaldar las estrategias planteadas en el plan de fortalecimiento empresarial.

Enlace de acceso a los videos de las entrevistas:

Entrevista 1: <https://youtube.com/shorts/NfjkmEqZ5jg?si=m4LOHyFdhZrxg0vo>

Entrevista 2: https://youtube.com/shorts/WLTMIPihpt0?si=-6UuM_J2yAtNLfm7

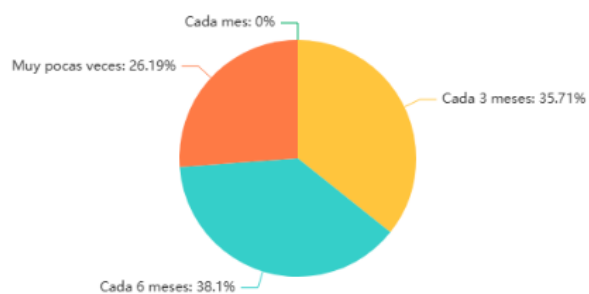
Entrevista 3: <https://youtube.com/shorts/Q7vxK4dyFV0?si=4ZPni9hUVLc4FLdn>

Fuente: Elaboración propia (2026).

Encuesta

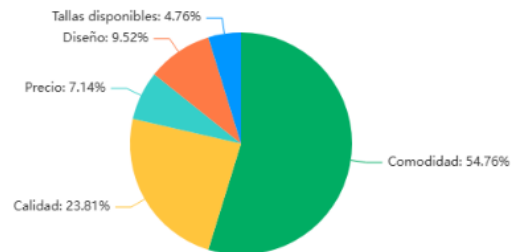
Encuesta Doce27 - Percepción y hábitos de compra de jeans para mujer

1. ¿Con qué frecuencia compras jeans? [Opción Única]



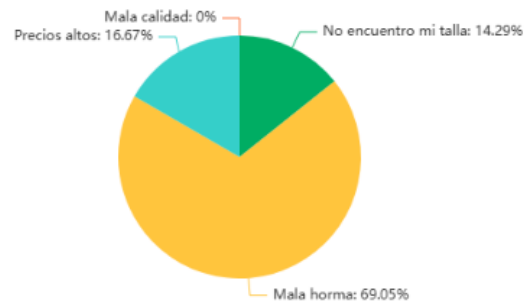
Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
Cada mes	0	0%
Cada 3 meses	15	35.71%
Cada 6 meses	16	38.1%
Muy pocas veces	11	26.19%
Conteo Válido por Participante	42	

2. ¿Qué es lo MÁS importante para ti al comprar un jean? [Opción Única]



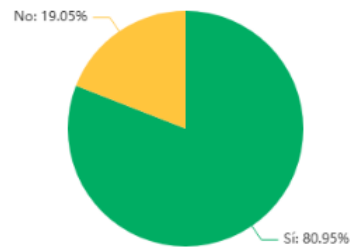
Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
Comodidad	23	54.76%
Calidad	10	23.81%
Precio	3	7.14%
Diseño	4	9.52%
Tallas disponibles	2	4.76%
Conteo Válido por Participante	42	

3. ¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras al comprar jeans? [Opción Única]



Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
No encuentro mi talla	6	14.29%
Mala horma	29	69.05%
Precios altos	7	16.67%
Mala calidad	0	0%
Conteo Válido por Participante	42	

4. ¿Utilizas Instagram para conocer marcas de ropa? [Opción Única]



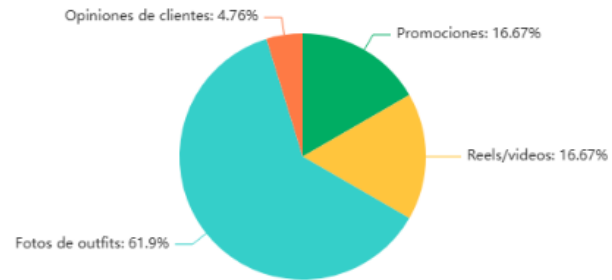
Opciones de respuesta ▾	Respuestas ▾	Porcentaje de respuestas
Sí	34	80.95%
No	8	19.05%
Conteo Válido por Participante	42	

5. ¿Compraría jeans por Instagram o WhatsApp? [Opción Única]



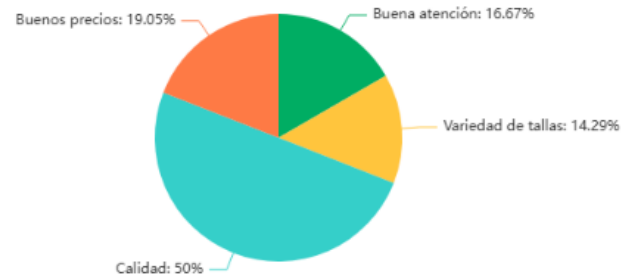
Opciones de respuesta ▾	Respuestas ▴	Porcentaje de respuestas
Tal vez	6	14.29%
No	12	28.57%
Sí	24	57.14%
Conteo Válido por Participante	42	

6. ¿Qué contenido te llama más la atención en redes sociales? [Opción Única]



Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
Promociones	7	16.67%
Reels/videos	7	16.67%
Fotos de outfits	26	61.9%
Opiniones de clientes	2	4.76%
Conteo Válido por Participante	42	

7. ¿Qué valoras más en una marca de jeans? [Opción Única]



Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
Buena atención	7	16.67%
Variedad de tallas	6	14.29%
Calidad	21	50%
Buenos precios	8	19.05%
Conteo Válido por Participante	42	

8. ¿Qué mejorarías en los emprendimientos de ropa actuales? [Caja de Texto Única]

 Nube de palabras

 Respuesta



Análisis de resultados de la encuesta

Con el fin de conocer los hábitos de compra y preferencias de las consumidoras de jeans, se aplicó una encuesta a 42 personas. Los resultados obtenidos permitieron identificar aspectos relevantes para fortalecer el emprendimiento DOCE27. En relación con la frecuencia de compra, el 38,1% de las encuestadas manifestó comprar jeans cada seis meses, mientras que el 35,71% lo hace cada tres meses. Esto indica que existe una demanda constante de este tipo de prendas y oportunidades de venta durante diferentes momentos del año.

Respecto al aspecto más importante al momento de adquirir un jean, el 54,76% de las participantes señaló la comodidad como el factor principal, seguido de la calidad con un 23,81%. Estos resultados evidencian que las clientas priorizan prendas que ofrezcan buen ajuste, confort y durabilidad por encima de otros factores como el precio o el diseño.

En cuanto a las dificultades al comprar jeans, el 69,05% indicó que el principal problema es encontrar una buena horma, mientras que el 14,29% manifestó dificultades para encontrar su talla. Esto representa una oportunidad para DOCE27, ya que puede diferenciarse ofreciendo asesoría personalizada y prendas que se adapten a diferentes tipos de cuerpo.

Los resultados también muestran una alta relevancia de las redes sociales en el proceso de compra. El 80,95% de las encuestadas afirmó utilizar Instagram para conocer marcas de ropa y el 57,14% manifestó que sí compraría jeans por Instagram o WhatsApp. Esto valida la estrategia planteada dentro del plan de fortalecimiento de implementar Instagram como canal de promoción y ventas.

Respecto al contenido de mayor interés en redes sociales, el 61,9% de las participantes prefieren observar fotografías de outfits, superando ampliamente otros formatos como promociones o videos. Esto indica que las publicaciones visuales mostrando diferentes formas de combinar los jeans pueden generar mayor interacción y atracción de potenciales clientes.

Finalmente, el 50% de las encuestadas manifestó que la calidad es el aspecto que más valoran en una marca de jeans, seguido por los buenos precios (19,05%) y la buena atención (16,67%). Lo anterior demuestra que la propuesta de valor de DOCE27 debe enfocarse en ofrecer productos de calidad, atención personalizada y precios competitivos.

En conclusión, los resultados de la encuesta respaldan las estrategias propuestas en el plan de fortalecimiento empresarial, especialmente aquellas relacionadas con el uso de Instagram, la mejora en la disponibilidad de tallas, la asesoría personalizada y la promoción de la calidad de los productos. Estas acciones permitirán incrementar la visibilidad de la marca, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer el posicionamiento de DOCE27 en el mercado.

Los resultados obtenidos sirvieron como insumo para la formulación de las estrategias comerciales propuestas en el presente plan de fortalecimiento empresarial.

