



Emprendimiento y economía local: análisis del caso de la Boutique Belleza & Glamour en el municipio de Matanza – Santander.

Monografía de análisis

Sandy Johana Pabón Ochoa
CC 1010002298

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en contabilidad financiera
Bucaramanga, 10 de octubre 2026



Emprendimiento y economía local: análisis del caso de la Boutique Belleza & Glamour
en el municipio de Matanza – Santander.

Monografía de análisis

Sandy Johana Pabón Ochoa
CC 1010002298

Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnóloga en contabilidad financiera

DIRECTOR
Maria Ximena Ariza Garcia

Grupo de investigación E INNOVARE

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales
Tecnología en contabilidad financiera
Bucaramanga, 10 de octubre 2026

Nota de Aceptación

Este informe final de trabajo de grado,
en modalidad monografía análisis, fue APROBADO
en cumplimiento de uno de los requisitos exigidos
por la Institución Universitaria Tecnológica de Santander
para optar el Título de Tecnología en contabilidad Financiera
según Acta N° 19 de 19 de octubre de 2026,
del Comité de Trabajo de Grado



Oscar Mauricio Cárdena Rey
Firma del Evaluador



María Ximena Ariza García
Firma del Director

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por estar en cada etapa de mi vida, y permitir que me desarrolle profesionalmente, porque sé que todo lo que sucede es bajo su voluntad y sin él no hubiera sido posible, por estar siempre ahí guiado mi camino; a mis padres por estar presentes motivándome para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco de manera especial a La Boutique Belleza & Glamour por la oportunidad que me dio al realizar el presente proyecto y aportar la información necesaria para el desarrollo del mismo.

A las Unidades Tecnológicas de Santander, por abrirme sus puertas para culminar la tecnología.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN.....	12
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.2. JUSTIFICACIÓN	17
1.3. OBJETIVOS	19
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	19
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1.4. ESTADO DEL ARTE	20
2. MARCO REFERENCIAL	23
2.1. MARCO TEÓRICO	23
2.2. MARCO FINANCIERO	26
2.3. MARCO LEGAL	30
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	33
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA	39
3.2. FASES DE LA INVESTIGACIÓN	39
4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....	41
4.1. ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO.	41
4.2. ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO FINANCIERO	41
4.3. ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO COMERCIAL Y DIGITAL	42
4.4. ANÁLISIS DOFA	42
5. RESULTADOS.....	43
5.1. FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA BOUTIQUE BELLEZA & GLAMOUR	43
5.2. NECESIDADES Y OPORTUNIDADES DE MEJORA EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS, COMERCIALES Y DIGITALES DEL EMPRENDIMIENTO.....	45
5.2.1 COMPONENTE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO.....	45
5.2.2. COMPONENTE COMERCIAL Y DIGITAL	46

5.3. ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL QUE CONTRIBUYAN A LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LA BOUTIQUE BELLEZA & GLAMOUR.....	48
5.4. ANÁLISIS DE LA MATRIZ ESTRATÉGICA	50
<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>52</u>
<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>55</u>
<u>6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>57</u>
<u>7. APÉNDICES</u>	<u>58</u>
<u>8. ANEXOS.....</u>	<u>62</u>

LISTA DE FIGURAS

IMAGEN 1.	62
IMAGEN 2.....	62
IMAGEN 3	63
IMAGEN 4	64

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	¡Error! Marcador no definido.
Tabla metodológica	37
Tabla 2	43
Tabla 2.2	45
Tabla 2.3	47
Tabla 3	48
Tabla 4	49

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la gestión administrativa, financiera y comercial de La Boutique Belleza & Glamour, emprendimiento dedicado a la comercialización de productos capilares y cosméticos en el municipio de Matanza, Santander. El estudio surgió ante la necesidad de fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los microemprendimientos del sector belleza frente a los desafíos administrativos, financieros y tecnológicos presentes en el entorno local.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con alcance descriptivo y método de estudio de caso. Para la recolección de información se emplearon técnicas como la observación directa, el análisis de los procesos administrativos y financieros del negocio y la aplicación de la matriz DOFA, permitiendo identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del emprendimiento.

Los resultados evidenciaron debilidades relacionadas con la ausencia de registros contables organizados, el limitado control de ingresos y gastos, la falta de estrategias de fidelización de clientes y el escaso aprovechamiento de herramientas digitales y redes sociales para la promoción comercial. Asimismo, se identificaron factores externos que afectan la competitividad, entre ellos el incremento de la competencia local y la baja visibilidad digital del negocio.

A partir del diagnóstico realizado, se formularon acciones concretas orientadas al fortalecimiento empresarial del emprendimiento, tales como la implementación de formatos de control financiero e inventario, la creación de un calendario de

contenido digital, el diseño de un catálogo virtual de productos y el desarrollo de estrategias de fidelización de clientes mediante redes sociales y promoción digital. En conclusión, la investigación permitió establecer que el fortalecimiento administrativo, financiero y comercial, acompañado del uso adecuado de herramientas digitales, contribuye significativamente a la sostenibilidad, competitividad y crecimiento de los microemprendimientos del sector belleza en el municipio de Matanza.

Palabras clave: emprendimiento, gestión empresarial, gestión financiera, competitividad, sector belleza, sostenibilidad empresarial.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge a partir del crecimiento de los emprendimientos dedicados a la comercialización de productos de belleza en el municipio de Matanza, Santander, impulsados por el aumento en la demanda de productos cosméticos y las oportunidades de generación de ingresos que este sector ofrece. De acuerdo con información publicada por Vanguardia (2022), el sector belleza en Santander ha presentado un incremento significativo en el consumo y comercialización de productos cosméticos, reflejando un crecimiento en las ventas y en la participación de pequeños negocios relacionados con este mercado. En consecuencia, los emprendimientos enfocados en productos capilares y cosméticos se han convertido en una alternativa de autoempleo y fortalecimiento de la economía local.

Sin embargo, el crecimiento general del sector belleza en el departamento no garantiza la sostenibilidad de los micro emprendimientos ubicados en municipios rurales o de menor tamaño poblacional como Matanza. Aunque existe una mayor demanda de productos cosméticos, muchos pequeños negocios enfrentan limitaciones asociadas con la informalidad administrativa, el escaso acceso a herramientas digitales, la falta de planeación financiera y las reducidas oportunidades de posicionamiento comercial. Estas condiciones dificultan la capacidad de los emprendimientos rurales para competir, consolidarse y mantenerse en el mercado frente al aumento de la oferta y la competencia en el sector.

En este contexto, La Boutique Belleza & Glamour, emprendimiento dedicado a la comercialización de productos capilares y cosméticos, presenta debilidades relacionadas con la falta de planificación financiera, la ausencia de registros administrativos organizados, el limitado uso de redes sociales y herramientas digitales para promocionar sus productos y la inexistencia de estrategias empresariales orientadas al fortalecimiento y crecimiento del negocio. Estas situaciones afectan el posicionamiento comercial del emprendimiento y reducen sus posibilidades de ampliar su participación en el mercado local y regional.

Asimismo, factores externos como el incremento de la competencia, la baja visibilidad del comercio local en entornos digitales y las limitadas oportunidades de apoyo institucional para emprendedores rurales representan obstáculos para la sostenibilidad y permanencia de este tipo de negocios. Aunque existen investigaciones relacionadas con emprendimiento y gestión financiera, son escasos los estudios enfocados específicamente en el fortalecimiento de emprendimientos del sector belleza en municipios pequeños, razón por la cual esta investigación busca aportar estrategias que contribuyan a mejorar la competitividad, sostenibilidad y crecimiento de los negocios locales.

Para el desarrollo de la investigación se empleará un enfoque cualitativo con alcance descriptivo y método de estudio de caso, utilizando técnicas como la observación, las entrevistas y el análisis de la información recolectada. Lo anterior permitirá identificar las principales problemáticas del emprendimiento y formular estrategias de fortalecimiento administrativo, financiero y comercial que contribuyan a mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado local.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el municipio de Matanza, Santander, se ha evidenciado en los últimos años un crecimiento progresivo de los emprendimientos dedicados a la comercialización de productos de belleza, impulsados por la demanda local y las oportunidades de autoempleo. El sector belleza en el departamento de Santander presenta un comportamiento favorable debido al incremento del consumo de productos cosméticos; según información publicada por Vanguardia (2022), se ha registrado un aumento significativo en las ventas de productos de belleza y en la participación de pequeños negocios relacionados con este mercado. Este panorama evidencia que el sector representa una importante oportunidad económica para los emprendimientos dedicados a la comercialización de productos capilares y cosméticos.

Sin embargo, el crecimiento del sector no garantiza la sostenibilidad de los micro emprendimientos ubicados en municipios pequeños como Matanza, donde persisten limitaciones relacionadas con la organización administrativa, el control financiero y el uso de herramientas tecnológicas. Estas dificultades afectan la capacidad de los negocios para consolidarse, competir y mantenerse en el mercado local frente al aumento de la oferta y la competencia.

En el caso de La Boutique Belleza & Glamour, mediante observación directa realizada al funcionamiento del negocio y entrevistas informales a la propietaria, se identificaron diversas problemáticas relacionadas con la gestión empresarial. Entre las principales dificultades se evidenció la ausencia de registros financieros

organizados que permitan llevar control de ingresos, gastos y ganancias mensuales, dificultando la toma de decisiones frente a compras, inversiones y manejo del capital. Asimismo, se observó que el control de inventario se realiza de forma manual e informal, generando en algunas ocasiones faltantes de productos de alta demanda y acumulación de mercancía con baja rotación.

De igual manera, a través de las observaciones y entrevistas realizadas, se identificó que la promoción de los productos se desarrolla principalmente de forma presencial y mediante estados de WhatsApp, presentando poca frecuencia de publicaciones digitales y limitado uso de redes sociales como estrategia comercial. Esta situación reduce el alcance del emprendimiento y limita las posibilidades de captar nuevos clientes y fortalecer su posicionamiento frente a otros negocios del sector belleza que implementan herramientas de marketing digital y ventas en línea.

Adicionalmente, factores externos como el incremento de la competencia, la limitada promoción del comercio local y la escasa oferta de programas institucionales dirigidos al fortalecimiento de emprendedores rurales representan obstáculos para el crecimiento y sostenibilidad del negocio. Estas condiciones afectan la capacidad de innovación y adaptación del emprendimiento frente a las nuevas dinámicas comerciales.

Con el propósito de sustentar las problemáticas identificadas, se presenta el siguiente diagnóstico preliminar:

Hallazgo observado	Evidencia	Implicación
Ausencia de control financiero organizado	Observación directa y entrevista a la propietaria	Dificultad para controlar ingresos, gastos y utilidades
Manejo informal del inventario	Revisión del control manual de productos	Riesgo de faltantes y acumulación de mercancía
Escaso uso de redes sociales	Observación de la actividad digital del negocio	Baja visibilidad y limitada captación de clientes
Falta de estrategias comerciales	Entrevista y análisis del funcionamiento del negocio	Reducción de competitividad y crecimiento

En consecuencia, se hace necesario desarrollar un estudio que permita analizar de manera integral los factores administrativos, financieros y tecnológicos que influyen en la gestión de La Boutique Belleza & Glamour, con el propósito de diseñar estrategias de fortalecimiento empresarial orientadas a mejorar la planificación financiera, optimizar el control de inventario, potenciar el uso de herramientas digitales e incrementar la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento en el municipio de Matanza, Santander.

Pregunta de investigación

¿De qué manera el diagnóstico administrativo, financiero y comercial de La Boutique Belleza & Glamour permite formular estrategias de fortalecimiento empresarial en el municipio de Matanza?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica por la necesidad de fortalecer la gestión empresarial de La Boutique Belleza & Glamour, emprendimiento del sector belleza ubicado en el municipio de Matanza, Santander, el cual presenta dificultades relacionadas con la organización administrativa, la planeación financiera, el control de inventarios y el uso estratégico de herramientas digitales para la promoción de productos. Aunque este tipo de negocios representa una importante fuente de autoempleo y dinamización económica en contextos rurales, muchos micro emprendimientos carecen de estrategias administrativas y tecnológicas que les permitan garantizar su sostenibilidad y crecimiento en mercados cada vez más competitivos.

Desde la pertinencia económica, el estudio busca diseñar e implementar propuestas orientadas al fortalecimiento financiero y comercial del emprendimiento, mediante acciones como la creación de formatos de control de ingresos y gastos, el diseño de registros básicos de inventario, la organización de procesos administrativos y la formulación de estrategias de promoción digital. Estas acciones permitirán mejorar la organización de recursos, optimizar la toma de decisiones, fortalecer el control financiero y aumentar la competitividad y sostenibilidad del negocio. En este sentido, autores como Idalberto Chiavenato destacan que la gestión estratégica favorece la eficiencia organizacional, mientras que Philip Kotler y Kevin Keller señalan que el marketing digital constituye una herramienta fundamental para fortalecer la relación con los clientes y mejorar el posicionamiento de las pequeñas empresas.

En cuanto a la pertinencia académica, esta investigación permite aplicar conocimientos adquiridos en áreas como administración, gestión financiera y marketing digital, integrando competencias propias de la formación profesional. Asimismo, contribuye al fortalecimiento de procesos investigativos orientados a la

solución de problemáticas reales presentes en microempresas rurales, favoreciendo la articulación entre teoría y práctica. De igual manera, el estudio aporta a las líneas de investigación en Gestión Empresarial e Innovación desarrolladas por Unidades Tecnológicas de Santander, especialmente desde el grupo de investigación Emprende UTS.

Desde la pertinencia regional y social, el proyecto busca contribuir al fortalecimiento de los micro emprendimientos del sector belleza en el municipio de Matanza, promoviendo prácticas administrativas más organizadas y el aprovechamiento de herramientas digitales como mecanismo de crecimiento económico local. Mediante la implementación de estrategias como la creación de calendarios de publicaciones en redes sociales, elaboración de catálogos digitales de productos, fortalecimiento de la interacción con clientes y desarrollo de acciones de fidelización, se pretende mejorar la visibilidad comercial y el posicionamiento del negocio. El fortalecimiento de este tipo de emprendimientos puede generar impactos positivos en la generación de ingresos, el desarrollo económico local y el fortalecimiento de la cultura emprendedora en contextos rurales.

Por otra parte, la pertinencia metodológica del estudio radica en la aplicación de herramientas de diagnóstico empresarial como la matriz DOFA, la observación directa, las entrevistas y el análisis documental, permitiendo identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del emprendimiento. A partir de los hallazgos obtenidos, se formularán estrategias prácticas orientadas al mejoramiento de la gestión financiera, administrativa y digital del negocio, las cuales podrán servir como referencia para otros micro emprendimientos del sector belleza que presenten problemáticas similares en municipios rurales.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

“Analizar la gestión administrativa, financiera y comercial de La Boutique Belleza & Glamour, para formular estrategias de fortalecimiento competitivo y sostenibilidad empresarial en Matanza, Santander”.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un diagnóstico de los factores internos y externos que inciden en la gestión empresarial de La Boutique Belleza & Glamour en Matanza.
2. Evaluar la gestión administrativa, financiera, comercial y digital del emprendimiento, mediante el análisis de sus procesos, recursos y estrategias, con el fin de identificar oportunidades de mejora y fortalecimiento.
3. Formular estrategias administrativas, financieras y comerciales que contribuyan al fortalecimiento, competitividad y sostenibilidad de La Boutique Belleza & Glamour en Matanza.

1.4. ESTADO DEL ARTE

El fortalecimiento de los micro emprendimientos del sector belleza ha sido objeto de estudio en diferentes investigaciones debido a su importancia para la generación de empleo, el desarrollo económico local y la sostenibilidad empresarial. Los estudios realizados evidencian que factores como la gestión administrativa, el control financiero y el marketing digital influyen significativamente en la competitividad y permanencia de estos negocios en el mercado.

En el contexto nacional, un estudio desarrollado por estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia (2021), titulado Estrategias de fortalecimiento empresarial para micro emprendimientos del sector belleza, tuvo como objetivo analizar las dificultades administrativas y comerciales presentes en pequeños negocios dedicados a la comercialización de productos cosméticos. La investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo utilizando entrevistas y observación directa como técnicas de recolección de información. Los resultados permitieron identificar deficiencias en el control de inventarios, la planificación financiera y el uso de herramientas digitales para la promoción de productos. Como aporte principal, el estudio demostró que la implementación de estrategias administrativas y comerciales contribuye al mejoramiento de la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos del sector belleza.

Por otra parte, una investigación realizada en la Universidad Industrial de Santander (2022), enfocada en la sostenibilidad de microempresas rurales en Santander, tuvo como propósito identificar los factores que influyen en la permanencia y crecimiento de pequeños negocios ubicados en municipios rurales del departamento. La metodología empleada fue de tipo descriptivo con aplicación de entrevistas semiestructuradas a emprendedores. Los hallazgos evidenciaron que las principales dificultades se relacionan con la informalidad administrativa, las

limitaciones en educación financiera y el bajo aprovechamiento de herramientas tecnológicas para la gestión empresarial. Este antecedente aporta elementos relevantes para comprender las condiciones que afectan el desarrollo de emprendimientos rurales como La Boutique Belleza & Glamour en el municipio de Matanza, Santander.

Asimismo, un trabajo de grado desarrollado en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (2023), orientado al diseño de estrategias de marketing digital para emprendimientos de belleza, tuvo como objetivo fortalecer la visibilidad comercial de pequeños negocios dedicados a la venta de productos cosméticos. La investigación utilizó un enfoque cualitativo apoyado en entrevistas a propietarios y análisis de redes sociales. Los resultados evidenciaron que la frecuencia de publicaciones, la creación de contenido visual atractivo y la interacción permanente con los clientes generan un mayor posicionamiento comercial y fortalecen la relación con los consumidores. Este estudio aporta referentes para la formulación de estrategias digitales aplicables al emprendimiento objeto de estudio.

De igual manera, diferentes investigaciones sobre fortalecimiento empresarial en micro emprendimientos coinciden en señalar que la adecuada gestión financiera, la organización administrativa y el uso estratégico de herramientas digitales constituyen factores determinantes para mejorar la competitividad y garantizar la sostenibilidad de los negocios. Los estudios consultados evidencian que los emprendimientos que implementan mecanismos de control financiero, planificación administrativa y estrategias de marketing digital presentan mayores posibilidades de crecimiento y permanencia en el mercado.

Finalmente, la revisión de antecedentes permite concluir que existen investigaciones relacionadas con el fortalecimiento empresarial y el marketing digital

en micro emprendimientos; sin embargo, se identifica una limitada producción investigativa enfocada específicamente en emprendimientos comercializadores de productos de belleza ubicados en municipios rurales como Matanza, Santander. En este sentido, el presente proyecto desarrollado en la Universidad Tecnológica de Santander busca aportar estrategias orientadas al fortalecimiento administrativo, financiero y digital de La Boutique Belleza & Glamour, contribuyendo al mejoramiento de su competitividad y sostenibilidad empresarial.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

El emprendimiento constituye uno de los principales factores de desarrollo económico y generación de empleo en Colombia, especialmente en municipios donde el comercio local representa una alternativa de sostenimiento para muchas familias. En el sector belleza, el crecimiento del consumo de productos cosméticos y de cuidado personal ha impulsado la creación de micro emprendimientos dedicados a la comercialización de productos capilares, maquillaje y tratamientos estéticos. En municipios como Matanza, Santander, estos negocios se convierten en oportunidades de autoempleo y fortalecimiento económico local; sin embargo, también enfrentan desafíos relacionados con la competitividad, la organización administrativa y la adaptación a las nuevas dinámicas digitales del mercado.

En este contexto, la competitividad empresarial adquiere un papel fundamental para la sostenibilidad de los emprendimientos. Porter (2008) sostiene que las organizaciones logran posicionarse en el mercado mediante la construcción de ventajas competitivas sostenibles, las cuales pueden originarse a partir de estrategias de diferenciación, liderazgo en costos o enfoque en segmentos específicos de clientes. Esta teoría permite comprender que la permanencia de un negocio no depende únicamente de la venta de productos, sino de su capacidad para ofrecer elementos diferenciadores frente a la competencia. En el caso de La Boutique Belleza & Glamour, aspectos como la atención personalizada, la variedad de productos, la comercialización de artículos bajo pedido y la cercanía con los clientes pueden constituirse en ventajas competitivas que fortalezcan su posicionamiento dentro del mercado local.

De igual manera, la gestión administrativa representa un elemento esencial para el fortalecimiento organizacional de los micro emprendimientos. Drucker (2002) afirma que la planeación, organización, dirección y control permiten optimizar recursos y mejorar la toma de decisiones empresariales. Desde esta perspectiva, la administración no solo implica coordinar actividades, sino establecer procesos que favorezcan la eficiencia y el crecimiento sostenible. Esta teoría resulta pertinente para la investigación, ya que permite analizar las debilidades administrativas identificadas en La Boutique Belleza & Glamour, especialmente en aspectos relacionados con la organización de actividades, el control de inventarios y la planificación de acciones orientadas al crecimiento del negocio.

En relación con el análisis estratégico, David (2013) plantea que las organizaciones deben evaluar permanentemente los factores internos y externos que influyen en su desempeño, con el fin de identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Este planteamiento constituye la base de la matriz DOFA, herramienta que facilita el diagnóstico organizacional y la formulación de estrategias de mejoramiento. Para la presente investigación, la propuesta de David permite analizar de manera integral la situación actual de La Boutique Belleza & Glamour, identificando aquellos factores internos que limitan su desarrollo y las oportunidades externas que pueden aprovecharse para fortalecer su competitividad en el mercado local.

Por otra parte, la administración financiera constituye uno de los pilares para la sostenibilidad empresarial. Gitman (2012) señala que herramientas como el flujo de caja, el control de ingresos y gastos, la liquidez y la rentabilidad son fundamentales para la adecuada gestión de los recursos económicos. Estos elementos permiten conocer la situación financiera real de un negocio y facilitan la toma de decisiones relacionadas con inversiones, compras e implementación de estrategias de

crecimiento. En La Boutique Belleza & Glamour, la aplicación de estos conceptos permite analizar la importancia de llevar registros organizados de ingresos y egresos, controlar el movimiento de inventarios y establecer mecanismos que favorezcan una mejor planificación financiera y una utilización más eficiente de los recursos disponibles.

Asimismo, el marketing digital se ha convertido en una herramienta indispensable para la competitividad de los pequeños negocios. Kotler y Keller (2016) afirman que las plataformas digitales permiten ampliar el alcance comercial, fortalecer el posicionamiento de marca y generar relaciones más cercanas con los consumidores. Desde esta perspectiva, las redes sociales no solo funcionan como canales de promoción, sino también como medios para interactuar con los clientes, conocer sus necesidades y fortalecer su fidelización. En el caso de La Boutique Belleza & Glamour, esta teoría permite sustentar la importancia de fortalecer la presencia digital mediante publicaciones periódicas, catálogos virtuales, contenido visual atractivo y estrategias de comunicación que contribuyan al incremento de clientes y al reconocimiento comercial del emprendimiento.

Además, la innovación empresarial constituye un factor clave para la adaptación de los negocios a las nuevas exigencias del mercado. La incorporación de herramientas digitales, estrategias administrativas y nuevas formas de comercialización permite mejorar la eficiencia organizacional y responder de manera efectiva a las necesidades de los consumidores. En los micro emprendimientos del sector belleza, la innovación no necesariamente implica grandes inversiones económicas, sino la implementación de prácticas que optimicen la gestión empresarial y fortalezcan la experiencia del cliente. Para La Boutique Belleza & Glamour, la adopción de estrategias innovadoras puede

convertirse en un mecanismo para fortalecer su competitividad y garantizar su permanencia en el mercado.

En síntesis, los aportes teóricos de Porter (2008), Drucker (2002), David (2013), Gitman (2012) y Kotler y Keller (2016) proporcionan fundamentos conceptuales que permiten analizar las problemáticas administrativas, financieras y comerciales identificadas en La Boutique Belleza & Glamour. Asimismo, ofrecen herramientas para la formulación de estrategias orientadas al fortalecimiento empresarial, la competitividad y la sostenibilidad del emprendimiento en el municipio de Matanza, Santander.

2.2. Marco Financiero

La gestión financiera constituye uno de los elementos más importantes para el funcionamiento y sostenibilidad de los micro emprendimientos, debido a que permite organizar adecuadamente los recursos económicos y facilitar la toma de decisiones empresariales. En pequeños negocios del sector belleza, una adecuada administración financiera contribuye al control de inventarios, la organización de ingresos y gastos, la proyección de inversiones y el fortalecimiento de la rentabilidad del negocio.

Uno de los principales componentes financieros corresponde al control de costos y gastos. Los costos hacen referencia a las inversiones necesarias para la adquisición de productos y funcionamiento del negocio, mientras que los gastos corresponden a pagos relacionados con servicios, transporte, publicidad y demás actividades administrativas. En el caso de La Boutique Belleza & Glamour, se identificó que gran parte de los registros financieros se realizan de manera informal, sin un control detallado y permanente de las compras, ventas y gastos operativos. Esta situación

dificulta conocer con exactitud las ganancias obtenidas, los productos más rentables y el nivel real de inversión requerido para el funcionamiento del emprendimiento.

Otro aspecto relevante es el flujo de caja, entendido como el registro de ingresos y egresos del negocio durante un periodo determinado. Esta herramienta facilita el análisis financiero y permite conocer la disponibilidad de dinero para cubrir obligaciones económicas y realizar inversiones. Durante las observaciones preliminares realizadas en el emprendimiento, se evidenció que no existe un formato estructurado para registrar diariamente las entradas y salidas de dinero, lo cual limita la capacidad de controlar el efectivo disponible y planificar compras de mercancía o nuevas inversiones.

La liquidez representa la capacidad de una empresa para cumplir con sus compromisos financieros a corto plazo. En los pequeños negocios, mantener liquidez adecuada resulta fundamental para garantizar estabilidad económica y continuidad comercial. En La Boutique Belleza & Glamour, las dificultades en la organización financiera generan incertidumbre sobre la disponibilidad de recursos para responder oportunamente a pagos de proveedores, reposición de productos y demás necesidades operativas del negocio.

Asimismo, la rentabilidad permite medir el beneficio económico obtenido por la empresa en relación con las ventas realizadas y la inversión efectuada. En el emprendimiento se identificó que no se realiza un análisis periódico de utilidades ni de márgenes de ganancia por producto, lo cual dificulta determinar cuáles artículos generan mayores beneficios económicos y cuáles presentan baja rotación comercial. Productos como tratamientos capilares, maquillaje y productos de cuidado personal presentan mayor demanda entre los clientes; sin embargo, no

existe un sistema que permita evaluar de manera organizada su comportamiento en ventas y rentabilidad.

La planeación financiera también cumple una función estratégica, ya que permite proyectar ingresos, organizar presupuestos y establecer metas económicas. La ausencia de planificación financiera puede generar desorganización administrativa, dificultades económicas y baja competitividad empresarial. En este sentido, La Boutique Belleza & Glamour requiere fortalecer procesos relacionados con registro de ingresos y gastos, control de inventario, análisis de ventas y organización presupuestal, con el propósito de mejorar la toma de decisiones y garantizar sostenibilidad empresarial a largo plazo.

Por tanto, la gestión financiera no solo constituye un componente teórico dentro de la investigación, sino una necesidad práctica para el fortalecimiento del emprendimiento, debido a que permitirá identificar debilidades económicas y proponer estrategias orientadas a optimizar recursos, mejorar el control administrativo y aumentar la competitividad del negocio en el mercado local.

Marco Conceptual

La presente investigación se fundamenta en conceptos relacionados con emprendimiento, gestión empresarial y sostenibilidad organizacional.

El emprendimiento se entiende como la iniciativa orientada a crear o fortalecer actividades económicas mediante la implementación de estrategias comerciales y administrativas que permitan generar ingresos y crecimiento empresarial.

La gestión empresarial hace referencia al conjunto de procesos administrativos, financieros y comerciales utilizados para organizar y dirigir una empresa de manera eficiente.

La competitividad corresponde a la capacidad que tiene una empresa para diferenciarse dentro del mercado, mantener clientes y generar ventajas frente a otros negocios del mismo sector. La sostenibilidad empresarial se relaciona con la permanencia y estabilidad de una organización a largo plazo mediante una adecuada administración de recursos económicos, comerciales y tecnológicos.

La innovación empresarial consiste en la implementación de nuevas estrategias, herramientas o procesos orientados al mejoramiento organizacional y fortalecimiento competitivo. El marketing digital comprende las estrategias de promoción y comunicación desarrolladas a través de medios digitales y redes sociales con el propósito de posicionar productos o servicios dentro del mercado.

Con el propósito de fortalecer el diagnóstico financiero de La Boutique Belleza & Glamour, se propone el uso de indicadores básicos que permitan realizar seguimiento periódico al desempeño económico del negocio. Estos indicadores facilitarán la toma de decisiones relacionadas con compras, ventas, control de inventarios y rentabilidad.

Tabla 1

Indicador	Descripción	Utilidad para el negocio
Ingresos mensuales	Total de ventas realizadas durante el mes.	Permite conocer el comportamiento de las ventas y el crecimiento del negocio.
Egresos mensuales	Total, de gastos y costos generados durante el mes.	Facilita el control de las salidas de dinero y la planificación financiera.
Saldo disponible	Diferencia entre ingresos y egresos.	Muestra la disponibilidad de efectivo para operar e invertir.
Rotación de inventario	Frecuencia con la que los productos son vendidos y repuestos.	Ayuda a identificar productos de alta y baja demanda.
Margen estimado por producto	Diferencia entre el costo de compra y el precio de venta de cada producto.	Permite determinar cuáles artículos generan mayor rentabilidad.
Productos de alta y baja rotación	Clasificación de productos según su nivel de ventas.	Facilita la toma de decisiones sobre compras, promociones y manejo de inventario.

La implementación de estos indicadores permitirá a La Boutique Belleza & Glamour contar con información financiera más precisa y organizada, facilitando el control de los recursos económicos, la evaluación de la rentabilidad de los productos y la planificación de estrategias orientadas al fortalecimiento y sostenibilidad del emprendimiento.

2.3. Marco Legal

La presente investigación se fundamenta en la normatividad colombiana relacionada con el emprendimiento, la actividad comercial, la protección al consumidor, el tratamiento de datos personales y las obligaciones tributarias, debido a que estas disposiciones regulan el funcionamiento de los microemprendimientos y orientan el fortalecimiento empresarial de negocios como La Boutique Belleza & Glamour en el municipio de Matanza, Santander.

En primer lugar, la Constitución Política de Colombia (1991) establece en su artículo 333 que la actividad económica y la iniciativa privada son libres dentro de los límites del bien común. Esta disposición constituye el fundamento jurídico para la creación y desarrollo de emprendimientos comerciales, permitiendo que negocios como La Boutique Belleza & Glamour ejerzan actividades de comercialización de productos de belleza dentro del marco legal colombiano. Asimismo, el artículo 334 señala que el Estado debe intervenir en la economía para promover la productividad, la competitividad y el desarrollo empresarial, aspecto que respalda la existencia de programas de apoyo y fortalecimiento dirigidos a microempresas y emprendimientos.

Por otra parte, la Ley 1014 de 2006, conocida como Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, promueve la creación y fortalecimiento de empresas mediante estrategias orientadas a la formación empresarial, la innovación y el desarrollo económico. Su aplicación en la presente investigación se relaciona con la formulación de estrategias administrativas, financieras y comerciales que contribuyan al crecimiento y sostenibilidad de La Boutique Belleza & Glamour, fortaleciendo sus capacidades de gestión y competitividad.

Asimismo, la Ley 590 de 2000, modificada por la Ley 905 de 2004, establece mecanismos para fomentar el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Estas normas reconocen la importancia de los pequeños negocios en la generación de empleo y promueven procesos de formalización empresarial, acceso a capacitación, fortalecimiento administrativo y mejoramiento de la competitividad. En el caso de La Boutique Belleza & Glamour, estas disposiciones respaldan la implementación de acciones orientadas a mejorar su organización interna y consolidar su permanencia en el mercado local.

De igual manera, el Decreto 410 de 1971, mediante el cual se expidió el Código de Comercio Colombiano, regula las actividades mercantiles y establece las obligaciones de quienes ejercen actividades comerciales. Entre estas se encuentran la inscripción en el registro mercantil, la renovación de la matrícula mercantil, el adecuado manejo de la información contable y el cumplimiento de los deberes propios del comerciante. Para La Boutique Belleza & Glamour, esta normativa resulta fundamental, ya que orienta los procesos de formalización del negocio y el cumplimiento de los requisitos legales necesarios para desarrollar su actividad comercial de manera organizada y transparente.

En relación con la protección de datos personales, la Ley 1581 de 2012 establece disposiciones generales para el tratamiento de la información suministrada por las personas. Esta norma adquiere relevancia para el emprendimiento debido al uso de redes sociales, aplicaciones de mensajería y medios digitales para la promoción de productos y atención al cliente. En consecuencia, La Boutique Belleza & Glamour debe garantizar la protección de datos como nombres, números telefónicos, direcciones y demás información proporcionada por sus clientes, asegurando que estos sean utilizados únicamente para fines autorizados y comerciales.

Por otra parte, la Ley 1480 de 2011, denominada Estatuto del Consumidor, protege los derechos de los consumidores y establece obligaciones relacionadas con la calidad, seguridad e información suministrada sobre los productos comercializados. Esta normativa exige que los comerciantes brinden información clara, veraz y suficiente acerca de los bienes ofrecidos. En el caso de La Boutique Belleza & Glamour, la ley se aplica en la comercialización de productos cosméticos y capilares, garantizando que los clientes reciban información adecuada sobre características, uso, condiciones de conservación y precios de los productos adquiridos, además de una atención adecuada frente a peticiones, quejas o reclamos.

En materia tributaria, las disposiciones establecidas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) regulan aspectos relacionados con el Registro Único Tributario (RUT), la facturación, la declaración de impuestos y demás obligaciones fiscales aplicables a las actividades comerciales. El cumplimiento de estas responsabilidades contribuye a la formalización empresarial, facilita el acceso a oportunidades de crecimiento y fortalece la credibilidad del negocio frente a clientes, proveedores y entidades financieras. Para La Boutique Belleza & Glamour, una

adecuada organización tributaria representa un elemento importante para garantizar la sostenibilidad financiera y el cumplimiento de la normativa vigente.

En síntesis, el marco legal proporciona el sustento normativo que regula el funcionamiento de La Boutique Belleza & Glamour como micro emprendimiento comercial. Las normas analizadas permiten comprender aspectos relacionados con la libertad económica, el fomento al emprendimiento, la formalización empresarial, los deberes del comerciante, la protección de datos personales, los derechos de los consumidores y las obligaciones tributarias. Estos elementos constituyen una base fundamental para la formulación de estrategias orientadas al fortalecimiento administrativo, financiero y comercial del emprendimiento en el municipio de Matanza, Santander.

2.4. Marco conceptual

El emprendimiento se entiende como la capacidad de crear, desarrollar y fortalecer iniciativas económicas mediante la identificación de oportunidades de negocio y la implementación de estrategias que generen crecimiento y sostenibilidad. En el caso de La Boutique Belleza & Glamour, este concepto se refleja en la comercialización de productos de belleza y cuidado personal, actividad que ha permitido satisfacer necesidades de los clientes y generar ingresos para su propietaria.

La gestión empresarial hace referencia al conjunto de procesos administrativos, financieros y comerciales que permiten planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una empresa para alcanzar sus objetivos. Dentro del emprendimiento estudiado, la gestión empresarial se evidencia en actividades relacionadas con la compra de mercancía, atención al cliente, control de inventarios, manejo financiero y promoción de productos.

La competitividad corresponde a la capacidad que tiene una empresa para diferenciarse de otros negocios y mantenerse activa dentro del mercado. En La Boutique Belleza & Glamour, la competitividad se observa a través de la atención personalizada a los clientes, la variedad de productos ofrecidos, el reconocimiento alcanzado en el municipio y la utilización de redes sociales como mecanismo de promoción y comunicación comercial.

La sostenibilidad empresarial se relaciona con la permanencia y estabilidad de una organización a largo plazo mediante una adecuada administración de sus recursos. En este emprendimiento, la sostenibilidad depende en gran medida del fortalecimiento de los procesos financieros, el control de ingresos y gastos, la organización del inventario y la implementación de estrategias que permitan mantener la rentabilidad y continuidad del negocio.

Por su parte, la innovación empresarial consiste en la incorporación de nuevas herramientas, estrategias o procesos orientados al mejoramiento organizacional y al fortalecimiento de la competitividad. En La Boutique Belleza & Glamour, la innovación puede evidenciarse mediante la implementación de catálogos digitales, el uso de nuevas estrategias de promoción, la ampliación de canales de comunicación con los clientes y la adopción de herramientas que faciliten la gestión administrativa y comercial.

Finalmente, el marketing digital comprende las estrategias de comunicación y promoción desarrolladas a través de medios digitales con el propósito de posicionar productos o servicios en el mercado. Este concepto resulta especialmente relevante para la investigación, debido a que el emprendimiento utiliza redes sociales para dar a conocer sus productos, atraer clientes potenciales, fortalecer la relación con los consumidores y aumentar su visibilidad dentro del mercado local.

F-DC-125

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO**

VERSIÓN: 2.0

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, debido a que buscó analizar las problemáticas administrativas, financieras y tecnológicas que afectaban el funcionamiento de La Boutique Belleza & Glamour, permitiendo comprender la realidad del emprendimiento y proponer estrategias de fortalecimiento empresarial orientadas a mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado local.

El tipo de investigación fue descriptivo, ya que permitió identificar y caracterizar las condiciones del emprendimiento en aspectos relacionados con la gestión financiera, el uso de herramientas digitales y las estrategias comerciales implementadas. A través de este estudio se describieron las principales debilidades y oportunidades de mejora presentes en el negocio, con el fin de diseñar propuestas que contribuyeran a su fortalecimiento empresarial.

El método de investigación fue inductivo y de análisis. El método inductivo permitió partir de la observación de situaciones particulares del emprendimiento para establecer conclusiones generales relacionadas con su gestión empresarial. Por su parte, el método de análisis facilitó la interpretación de la información recolectada, permitiendo examinar cada uno de los factores que influyeron en el desempeño administrativo, financiero y comercial de la empresa.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para la recolección de información se emplearon técnicas como la observación directa, la entrevista semiestructurada y el análisis documental.

La observación directa permitió identificar las condiciones del emprendimiento en aspectos relacionados con la organización administrativa, atención al cliente, manejo de inventarios y promoción comercial. Para ello se utilizó una ficha de observación estructurada, en la cual se registraron aspectos relacionados con la organización del negocio, control de productos, atención al cliente, frecuencia de publicaciones digitales y manejo administrativo.

La entrevista semiestructurada se aplicó a la propietaria del emprendimiento con el propósito de conocer las dificultades, necesidades y expectativas relacionadas con la gestión del negocio. Como instrumento se diseñó una guía de entrevista compuesta por preguntas relacionadas con gestión financiera, estrategias de ventas, control de inventarios, uso de redes sociales, dificultades administrativas y expectativas de crecimiento empresarial.

Asimismo, el análisis documental permitió revisar información relacionada con registros de ventas, control de gastos, inventarios y estrategias de promoción utilizadas por la empresa. Para ello se empleó un formato de análisis financiero y documental, el cual facilitó la organización y revisión de datos relacionados con ingresos, egresos, productos de mayor rotación, manejo de inventario y gastos operativos del negocio.

Igualmente, se aplicó una matriz DOFA como herramienta de diagnóstico estratégico, permitiendo identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyeron en el funcionamiento de La Boutique Belleza & Glamour. Esta matriz facilitó la formulación de estrategias orientadas al fortalecimiento administrativo, financiero y comercial del emprendimiento.

De igual manera, se realizó una revisión de las redes sociales y medios digitales utilizados por el negocio, mediante un instrumento de análisis digital orientado a evaluar la frecuencia de publicaciones, interacción con clientes, tipos de contenido compartido y alcance comercial de las estrategias de promoción implementadas.

Tabla metodológica

Objetivo específico	Técnica	Instrumento	Fuente de información	Producto obtenido
Identificar los factores internos y externos que influyeron en la gestión empresarial de La Boutique Belleza & Glamour.	Observación directa y entrevista semiestructurada Ficha de observación y guía de entrevista	Ficha de observación y guía de entrevista	Propietaria del emprendimiento y entorno del negocio	Diagnóstico de factores internos y externos que afectaban el funcionamiento del emprendimiento.
Analizar las necesidades y oportunidades de mejora relacionadas con los procesos administrativos, financieros y comerciales.	Análisis documental	Formato de análisis financiero y documental Registros de ventas, gastos, inventarios y documentación interna	Registros de ventas, gastos, inventarios y documentación interna	Identificación de debilidades y oportunidades de fortalecimiento empresarial.
Evaluar el uso de herramientas digitales y estrategias de promoción comercial.	Revisión de redes sociales	Formato de análisis digital	Redes sociales y medios digitales del emprendimiento	Diagnóstico del nivel de presencia digital y efectividad de las estrategias de promoción.
Formular estrategias de fortalecimiento empresarial para mejorar la competitividad y sostenibilidad del negocio.	Análisis estratégico	Matriz DOFA	Información recopilada durante la investigación	Propuesta de estrategias administrativas, financieras y comerciales para el fortalecimiento del emprendimiento.

3.1. Población y muestra

La población objeto de estudio estuvo conformada por el emprendimiento La Boutique Belleza & Glamour, ubicado en el municipio de Matanza, Santander. Debido a que se trató de un estudio enfocado en un caso específico, la muestra correspondió al mismo emprendimiento y a la propietaria encargada de su administración y funcionamiento.

3.2. Fases de la investigación

Fase 1. Diagnóstico del emprendimiento

En esta fase se realizó la identificación de las principales problemáticas administrativas, financieras y tecnológicas que afectaban el funcionamiento de La Boutique Belleza & Glamour. Para ello se aplicaron la ficha de observación, la guía de entrevista y la revisión de redes sociales, permitiendo recopilar información sobre la situación del negocio.

Fase 2. Análisis de la información

Posteriormente, se organizó y analizó la información obtenida mediante los instrumentos de recolección de datos y el formato de análisis financiero y documental, con el propósito de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora relacionadas con la gestión empresarial del emprendimiento.

Fase 3. Diseño de estrategias de fortalecimiento empresarial

Con base en los resultados obtenidos y el análisis realizado mediante la matriz DOFA, se propusieron estrategias orientadas al fortalecimiento financiero, administrativo y comercial del emprendimiento, integrando herramientas de planificación financiera, promoción digital y marketing en redes sociales.

Fase 4. Formulación de propuestas de mejora

Finalmente, se elaboró una propuesta de fortalecimiento empresarial que contribuyó a mejorar la competitividad, sostenibilidad y posicionamiento de La Boutique Belleza & Glamour en el mercado local, mediante estrategias prácticas relacionadas con la organización financiera, el control administrativo y el fortalecimiento digital del negocio.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

4.1. Análisis del diagnóstico administrativo.

Los resultados obtenidos evidenciaron que La Boutique Belleza & Glamour desarrolla gran parte de sus actividades administrativas de manera empírica, sin contar con herramientas formales de control y planeación. La ausencia de registros organizados de ventas, clientes e inventarios limita la disponibilidad de información confiable para la toma de decisiones, generando dependencia de la experiencia y percepción de la propietaria.

4.2. Análisis del diagnóstico financiero

En el componente financiero se identificó una de las principales debilidades del emprendimiento: la ausencia de un sistema estructurado para el control de ingresos, gastos e inventarios. Aunque se realizan registros parciales de algunas operaciones, la información disponible no permite determinar con precisión la rentabilidad del negocio ni el comportamiento financiero de cada línea de productos. La falta de control financiero genera riesgos importantes para la sostenibilidad empresarial, ya que dificulta conocer las utilidades reales, limita la capacidad de planificación económica y aumenta la probabilidad de tomar decisiones basadas en información incompleta. Asimismo, el manejo informal del inventario puede ocasionar pérdidas económicas por agotamiento de productos de alta demanda o acumulación de mercancía con baja rotación.

En este sentido, la implementación de formatos de flujo de caja, control de ingresos y gastos, así como sistemas básicos de control de inventarios, permitirá mejorar la administración de los recursos económicos, facilitar el seguimiento financiero y apoyar la toma de decisiones orientadas al crecimiento y estabilidad del emprendimiento.

4.3. Análisis del diagnóstico comercial y digital

El análisis de las redes sociales y medios digitales utilizados por La Boutique Belleza & Glamour evidenció que, aunque el negocio posee presencia en plataformas como Facebook y WhatsApp, no existe una estrategia digital estructurada que permita aprovechar plenamente estas herramientas como canales de promoción y fidelización.

La baja frecuencia de publicaciones, la escasa interacción con los clientes y la ausencia de catálogos digitales actualizados reducen la visibilidad comercial del negocio y limitan su capacidad para atraer nuevos consumidores. Esta situación representa un riesgo competitivo, especialmente considerando que los clientes actuales utilizan cada vez más medios digitales para buscar información, comparar productos y realizar compras.

Además, la falta de estrategias de marketing digital dificulta la construcción de una identidad de marca sólida y limita las oportunidades de posicionamiento frente a otros emprendimientos del sector belleza. Aunque el negocio cuenta con reconocimiento a nivel local, la ausencia de acciones digitales permanentes puede afectar su crecimiento y capacidad de expansión comercial.

4.4. Análisis DOFA

Matriz Estratégica DOFA

A partir de los resultados obtenidos en la matriz DOFA, se formularon estrategias orientadas al fortalecimiento administrativo, financiero y comercial de La Boutique Belleza & Glamour, mediante el aprovechamiento de fortalezas y oportunidades, así como la reducción de debilidades y amenazas identificadas durante el proceso de diagnóstico.

5. RESULTADOS

Los resultados obtenidos durante el desarrollo de la investigación se organizaron de acuerdo con los objetivos específicos planteados. La información presentada proviene de la aplicación de la entrevista semiestructurada a la propietaria del emprendimiento, la observación directa, la revisión documental, el análisis de redes sociales y la matriz DOFA, instrumentos que permitieron identificar las principales necesidades y oportunidades de fortalecimiento de La Boutique Belleza & Glamour.

5.1. Factores internos y externos que influyen en la gestión empresarial de La Boutique Belleza & Glamour

Con los factores determinados pueden generar un riesgo para la sostenibilidad del emprendimiento, debido a que dificulta identificar tendencias de consumo, productos de mayor demanda y oportunidades de crecimiento comercial. Además, la falta de planeación administrativa puede ocasionar desorganización en las actividades diarias, dificultades para proyectar metas y limitaciones en la implementación de estrategias de expansión.

Por esta razón, la implementación de formatos de control administrativo, bases de datos de clientes y cronogramas de actividades constituye una estrategia pertinente, ya que permitirá mejorar la organización interna del negocio, optimizar la toma de decisiones y fortalecer los procesos de seguimiento comercial.

La información obtenida mediante la entrevista, la observación directa y la matriz DOFA permitió identificar los factores internos y externos que inciden en el desempeño del emprendimiento.

Tabla 2.2

Factores internos y externos identificados en La Boutique Belleza & Glamour

Factores internos	Factores externos
Fortalezas	Oportunidades

Variedad de productos cosméticos y capilares.	Crecimiento del sector belleza en Santander.
Atención personalizada a los clientes.	Mayor uso de redes sociales para ventas.
Reconocimiento del negocio en el municipio.	Incremento de la demanda de productos de belleza.
Experiencia en comercialización de productos cosméticos.	Posibilidad de ampliar mercado mediante medios digitales.
Debilidades	Amenazas
Falta de control financiero organizado.	Aumento de la competencia local.
Manejo informal del inventario.	Cambios constantes en preferencias de consumidores.
Escasa publicidad y promoción digital.	Disminución de capacidad adquisitiva de clientes.
Ausencia de planeación administrativa.	Presencia de negocios con mayor posicionamiento digital.

Los resultados evidenciaron que las principales fortalezas del emprendimiento se encuentran asociadas al reconocimiento alcanzado dentro del municipio, la atención personalizada y la experiencia en la comercialización de productos cosméticos. Estas fortalezas fueron identificadas mediante la entrevista aplicada a la propietaria y corroboradas durante la observación del funcionamiento del negocio.

Asimismo, la matriz DOFA permitió identificar oportunidades relacionadas con el crecimiento del sector belleza y el incremento del uso de redes sociales como canales de comercialización. Estos factores representan posibilidades de expansión para el emprendimiento, especialmente mediante la implementación de estrategias digitales orientadas a ampliar el mercado y fortalecer la relación con los clientes.

Por otra parte, la información recopilada mediante la observación y la revisión documental evidenció debilidades relacionadas con la ausencia de controles administrativos y financieros, así como limitaciones en el uso de herramientas digitales. Estas situaciones afectan la capacidad de planificación y reducen las posibilidades de crecimiento sostenible.

Los hallazgos obtenidos permitieron concluir que el emprendimiento cuenta con fortalezas competitivas importantes; sin embargo, requiere fortalecer sus procesos internos para aprovechar las oportunidades identificadas en el entorno y responder de manera efectiva a las amenazas del mercado.

5.2. Necesidades y oportunidades de mejora en los procesos administrativos, financieros, comerciales y digitales del emprendimiento

La información correspondiente a este objetivo se obtuvo mediante la observación directa, la revisión documental de registros internos, la entrevista a la propietaria y el análisis de las redes sociales utilizadas por el negocio.

5.2.1 Componente administrativo y financiero

Tabla 2.3

Situación financiera identificada en el emprendimiento.

Aspecto evaluado	Situación encontrada
Registro de ingresos	Se realiza de manera manual y no permanente
Control de gastos.	No existe clasificación de gastos operativos.
Manejo de inventario.	El inventario se controla de forma informal.
Productos de mayor rotación	Tratamientos capilares, maquillaje y productos faciales.
Productos de baja rotación	Algunos accesorios y productos de temporada.
Planeación financiera	No existen presupuestos ni proyecciones económicas.
Flujo de caja	No se lleva control estructurado de entradas y salidas de dinero.

Los resultados obtenidos a partir de la revisión documental y la entrevista evidenciaron que el emprendimiento no dispone de herramientas formales para el control financiero. La ausencia de registros permanentes de ingresos, gastos y flujo de caja dificulta el análisis de la rentabilidad y limita la toma de decisiones basadas en información verificable.

Igualmente, la observación permitió identificar que el manejo del inventario se realiza de manera empírica, situación que puede generar pérdidas económicas asociadas tanto al agotamiento de productos de alta demanda como a la acumulación de mercancía con baja rotación.

Un hallazgo relevante fue la identificación de productos con alta demanda, especialmente tratamientos capilares, maquillaje y productos faciales. Sin embargo, la falta de indicadores financieros impide determinar con precisión su contribución

a la rentabilidad general del negocio. Este resultado evidencia la necesidad de implementar mecanismos de seguimiento financiero que permitan optimizar la gestión de recursos y fortalecer la sostenibilidad empresarial.

5.2.2. Componente comercial y digital

La implementación de un calendario de publicaciones, catálogos digitales, contenido promocional e iniciativas de fidelización constituye una respuesta adecuada a las necesidades identificadas. Estas estrategias permitirán aumentar la visibilidad del emprendimiento, fortalecer la relación con los clientes y mejorar su competitividad en el mercado local.

Los resultados obtenidos permitieron concluir que las principales debilidades de La Boutique Belleza & Glamour se concentran en los componentes administrativo, financiero y digital. Aunque el emprendimiento posee fortalezas importantes, como el reconocimiento local, la atención personalizada y la variedad de productos comercializados, las limitaciones identificadas pueden afectar su crecimiento y sostenibilidad en el largo plazo.

El diagnóstico realizado evidenció la necesidad de fortalecer los procesos administrativos mediante herramientas de planeación y control, mejorar la gestión financiera a través de registros organizados y mecanismos de seguimiento económico, e incrementar la presencia digital mediante estrategias de marketing orientadas al posicionamiento y fidelización de clientes.

En consecuencia, las estrategias propuestas responden directamente a las necesidades detectadas durante la investigación y buscan generar mejoras en la organización interna, la rentabilidad y la competitividad de La Boutique Belleza & Glamour, contribuyendo a su permanencia y crecimiento en el mercado del municipio de Matanza, Santander.

Tabla 3.
Revisión de redes sociales y promoción digital

Aspecto analizado	Resultado encontrado
Redes sociales utilizadas	WhatsApp y Facebook
Frecuencia de publicaciones	Baja y no planificada
Tipo de contenido	Fotografías de productos y promociones ocasionales
Interacción con clientes	Limitada
Uso de catálogos digitales	No cuenta con catálogo organizado
Estrategias de marketing digital	No existen campañas o estrategias definidas
Captación de clientes	Principalmente por recomendación y clientes frecuentes

La revisión de las redes sociales permitió establecer que Facebook y WhatsApp constituyen los principales canales de promoción utilizados por el emprendimiento. No obstante, el análisis digital evidenció una baja frecuencia de publicaciones, ausencia de planificación de contenidos y limitada interacción con los clientes.

Los hallazgos muestran que el negocio depende principalmente de clientes frecuentes y recomendaciones personales para generar ventas. Aunque esta situación refleja confianza y reconocimiento dentro de la comunidad, también evidencia una limitada capacidad para atraer nuevos consumidores mediante medios digitales.

Adicionalmente, la ausencia de catálogos digitales organizados y de estrategias de marketing estructuradas limita las posibilidades de posicionamiento comercial. Estos resultados indican que existe un importante potencial de crecimiento digital que aún no ha sido aprovechado de manera estratégica.

En conjunto, los hallazgos administrativos, financieros y digitales permitieron identificar oportunidades concretas de mejora orientadas a fortalecer la organización interna del emprendimiento y ampliar su alcance comercial.

5.3. Estrategias de fortalecimiento empresarial que contribuyan a la competitividad y sostenibilidad de La Boutique Belleza & Glamour

Las estrategias propuestas se formularon a partir de los resultados obtenidos mediante la entrevista, la observación directa, la revisión documental, el análisis digital.

Tabla 4.

Estrategias de fortalecimiento empresarial

Estrategia	Responsable	Recursos necesarios	Tiempo estimado	Impacto esperado
Implementar formato de control de ingresos y gastos	Propietaria del negocio	Cuaderno contable o archivo digital	1 mes	Mejor organización financiera y control económico
Diseñar formato básico de inventario	Propietaria	Registro físico o digital	1 mes	Mejor control de productos y reducción de pérdidas
Crear calendario de publicaciones en redes sociales	Propietaria	Celular e internet	2 semanas	Mayor visibilidad y promoción del negocio
Elaborar catálogo digital de productos	Propietaria	Fotografías y herramientas digitales	1 mes	Incremento en promoción y alcance comercial
Implementar estrategias de fidelización de clientes	Propietaria	Promociones y seguimiento a clientes	Permanente	Mayor satisfacción y retención de clientes
Realizar promociones en fechas especiales	Propietaria	Publicidad digital y descuentos	Permanente	Incremento de ventas y posicionamiento comercial

Las estrategias diseñadas responden directamente a los hallazgos identificados durante la investigación. La propuesta de implementar formatos de control financiero e inventarios surge de las debilidades evidenciadas en la revisión

documental y en la entrevista realizada a la propietaria. Estas acciones buscan mejorar la organización económica del negocio y facilitar la toma de decisiones.

De igual manera, la creación de un calendario de publicaciones, la elaboración de catálogos digitales y la implementación de estrategias de fidelización responden a las necesidades detectadas durante el análisis de redes sociales. Estas acciones buscan fortalecer la visibilidad de la marca, incrementar el alcance comercial y mejorar la interacción con los clientes.

Los resultados permiten afirmar que las estrategias formuladas son coherentes con las necesidades identificadas en el diagnóstico y constituyen alternativas viables para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de La Boutique Belleza & Glamour.

Tabla 2

Estrategias FO (Fortalezas - Oportunidades)	Estrategias DO (Debilidades - Oportunidades)
Aprovechar el reconocimiento del negocio y la atención personalizada para incrementar las ventas mediante campañas en redes sociales.	Implementar herramientas digitales para mejorar la promoción de productos y aprovechar el crecimiento de las ventas por redes sociales.
Utilizar la variedad de productos de belleza para ampliar la oferta comercial y captar nuevos clientes interesados en productos cosméticos.	Diseñar formatos de control financiero e inventarios que permitan fortalecer la gestión administrativa y comercial del negocio.
Promover la experiencia en comercialización de productos de belleza mediante contenidos digitales que fortalezcan la confianza de los consumidores.	Desarrollar estrategias de marketing digital para ampliar el mercado y aumentar la competitividad del emprendimiento.
Estrategias FA (Fortalezas - Amenazas)	Estrategias DA (Debilidades - Amenazas)
Fortalecer la atención personalizada para diferenciarse frente al aumento de la competencia local.	Implementar procesos de planificación administrativa y financiera que permitan enfrentar situaciones económicas adversas.
Utilizar el reconocimiento del negocio para fidelizar clientes y reducir el impacto de cambios en las preferencias de los consumidores.	Establecer un sistema de control de inventarios para reducir pérdidas y mejorar la disponibilidad de productos de alta demanda.
Aprovechar la experiencia comercial para adaptar la oferta de productos a las nuevas tendencias del mercado de belleza.	Fortalecer la presencia digital del emprendimiento para mejorar su competitividad frente a otros negocios del sector belleza.

5.4. Análisis de la Matriz Estratégica

Los resultados de la matriz estratégica evidenciaron que las principales acciones de fortalecimiento deben orientarse al mejoramiento de la gestión financiera, la organización administrativa y el aprovechamiento de herramientas digitales. Las estrategias FO muestran que el reconocimiento del negocio, la experiencia comercial y la atención personalizada constituyen fortalezas que pueden aprovecharse para ampliar la participación en el mercado y aumentar las ventas mediante herramientas digitales.

Por su parte, las estrategias DO permiten transformar las debilidades identificadas en oportunidades de crecimiento, especialmente mediante la implementación de controles financieros, sistemas de inventario y acciones de marketing digital que contribuyan a mejorar la competitividad del emprendimiento.

Las estrategias FA evidencian la importancia de utilizar las fortalezas internas para enfrentar amenazas externas, como el aumento de la competencia y los cambios en las preferencias de los consumidores. Finalmente, las estrategias DA se orientan a minimizar los riesgos derivados de las debilidades internas y las amenazas externas, fortaleciendo la planificación administrativa, la gestión financiera y la presencia digital del negocio.

En consecuencia, la matriz estratégica DOFA permitió establecer acciones concretas para el fortalecimiento empresarial de La Boutique Belleza & Glamour, las cuales sirvieron como base para la formulación de la propuesta de mejora orientada a incrementar la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento.

La integración de la información obtenida mediante la entrevista, la observación directa, la revisión documental, el análisis digital y la matriz DOFA permitió establecer que las principales oportunidades de mejora del emprendimiento se concentran en los componentes administrativo, financiero y comercial.

Los hallazgos evidenciaron que el negocio cuenta con fortalezas importantes relacionadas con su reconocimiento local, la atención personalizada y la experiencia comercial. Sin embargo, también se identificaron limitaciones asociadas a la ausencia de controles administrativos y financieros, así como al uso limitado de herramientas digitales para la promoción y posicionamiento de la marca.

En consecuencia, las estrategias propuestas se orientaron a fortalecer estos aspectos mediante acciones de bajo costo y fácil implementación, adaptadas a las características del emprendimiento. Su aplicación puede contribuir al mejoramiento de la organización interna, la optimización de recursos, el fortalecimiento de la presencia digital y el incremento de la competitividad de La Boutique Belleza & Glamour en el municipio de Matanza, Santander.

CONCLUSIONES

1. En relación con el objetivo de identificar los factores internos y externos que influyen en la gestión empresarial de La Boutique Belleza & Glamour, se concluye que el emprendimiento posee fortalezas importantes como la variedad de productos, la atención personalizada y el reconocimiento dentro del municipio de Matanza. Sin embargo, también presenta debilidades asociadas con la falta de organización administrativa y financiera, así como amenazas derivadas del aumento de la competencia y el bajo posicionamiento digital. Estos hallazgos evidencian que la sostenibilidad del negocio depende no solo de la comercialización de productos, sino de la capacidad de adaptarse estratégicamente a las dinámicas actuales del mercado.

2. Frente al objetivo relacionado con el análisis de las necesidades y oportunidades de mejora en los procesos administrativos, financieros, comerciales y digitales, se concluye que la ausencia de registros organizados de ingresos, gastos e inventarios limita la toma de decisiones y dificulta la planeación financiera del emprendimiento. Esta situación genera riesgos relacionados con pérdida de control económico, baja capacidad de inversión y dificultades para proyectar crecimiento empresarial. Por tanto, la implementación de herramientas básicas de control administrativo y financiero representa una necesidad fundamental para fortalecer la estabilidad y permanencia del negocio.

3. En cuanto al análisis comercial y digital, la investigación permitió concluir que el uso limitado de redes sociales y estrategias de marketing digital reduce significativamente las posibilidades de visibilidad y competitividad de La Boutique Belleza & Glamour. La baja frecuencia de publicaciones, la ausencia de contenido

organizado y el escaso aprovechamiento de herramientas digitales afectan la captación de nuevos clientes y el posicionamiento comercial del emprendimiento. En este sentido, el fortalecimiento de la presencia digital constituye una estrategia clave para ampliar el alcance comercial y mejorar la interacción con consumidores.

4. Respecto al objetivo orientado a proponer estrategias de fortalecimiento empresarial, se concluye que la integración entre planeación financiera, organización administrativa y promoción digital puede contribuir significativamente al mejoramiento de la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento. Las estrategias formuladas permiten establecer acciones prácticas relacionadas con control financiero, manejo de inventarios, organización comercial y fortalecimiento de redes sociales, favoreciendo una gestión más eficiente y estructurada del negocio.

5. La investigación también permitió identificar que los micro emprendimientos rurales del sector belleza enfrentan limitaciones relacionadas con acceso a capacitación empresarial, herramientas tecnológicas y acompañamiento institucional. Estas condiciones influyen directamente en la capacidad de crecimiento y adaptación de los negocios frente a un mercado cada vez más competitivo. No obstante, se evidenció que la innovación y el uso estratégico de herramientas digitales pueden convertirse en alternativas viables para fortalecer la sostenibilidad empresarial en contextos rurales.

6. Como limitación del estudio, se identificó la ausencia de registros financieros organizados y documentación administrativa estructurada dentro del emprendimiento, situación que dificultó el acceso a información cuantitativa detallada sobre ventas, utilidades y comportamiento financiero del negocio. A pesar de ello, las técnicas de observación, entrevista y análisis documental permitieron

recopilar información suficiente para comprender las principales problemáticas y necesidades del emprendimiento.

7. Finalmente, se concluye que La Boutique Belleza & Glamour posee potencial de crecimiento y fortalecimiento dentro del mercado local del municipio de Matanza, Santander, siempre que implemente procesos de organización administrativa, control financiero y estrategias digitales de promoción comercial. La aplicación de las propuestas planteadas puede favorecer la sostenibilidad del emprendimiento, mejorar su posicionamiento competitivo y generar oportunidades de expansión comercial a futuro

RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar un sistema básico de control financiero que permita registrar diariamente los ingresos y gastos del emprendimiento, con el propósito de mejorar la organización económica y facilitar la toma de decisiones. Este registro puede realizarse mediante formatos físicos o herramientas digitales sencillas que permitan identificar utilidades, gastos operativos y capacidad de inversión del negocio.

Es importante establecer un control de inventarios organizado, donde se registren entradas y salidas de productos, niveles de rotación y mercancía de mayor demanda. Esta acción permitirá reducir pérdidas, evitar desabastecimientos y optimizar las compras de productos capilares y cosméticos según las necesidades reales de los clientes.

Se recomienda elaborar un flujo de caja mensual que permita proyectar ingresos, gastos y necesidades de liquidez del emprendimiento. La planificación financiera contribuirá a mejorar el manejo de recursos económicos y facilitará la organización de inversiones futuras dentro del negocio.

En el componente digital, se recomienda diseñar un calendario de publicaciones para redes sociales como Facebook y WhatsApp, estableciendo frecuencia y tipos de contenido relacionados con promociones, nuevos productos, recomendaciones de uso y fechas especiales. La constancia en las publicaciones permitirá fortalecer la visibilidad y el posicionamiento comercial de La Boutique Belleza & Glamour.

Asimismo, se recomienda crear un catálogo digital organizado con fotografías y descripciones de productos, facilitando la promoción comercial y mejorando la

interacción con clientes. El uso de contenido visual atractivo puede incrementar el alcance del emprendimiento y fortalecer las estrategias de venta digital.

Se sugiere implementar estrategias de fidelización de clientes, como promociones en fechas especiales, descuentos para compradores frecuentes y seguimiento personalizado mediante redes sociales o mensajería instantánea. Estas acciones pueden contribuir a fortalecer la relación con los consumidores y aumentar la permanencia de clientes habituales.

En el área administrativa, se recomienda formalizar procesos relacionados con organización de compras, registro de ventas y planeación de actividades comerciales, permitiendo mejorar la estructura interna del emprendimiento y facilitar el crecimiento empresarial a largo plazo.

Se recomienda fortalecer las competencias administrativas y digitales mediante participación en capacitaciones, cursos o programas de formación relacionados con emprendimiento, marketing digital y gestión financiera. Esto permitirá mejorar las capacidades de administración y adaptación frente a las nuevas dinámicas del mercado.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aroca González, J. M., & Barranco Sandoval, J. P. (2024). Nivel de iniciativa emprendedora de las estudiantes universitarias de grado en la Universidad Cooperativa de Colombia campus Villavicencio Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia. Repositorio Institucional UCC.

Chocue Sarria, J. (2023). Diseño de plan de marketing digital como herramienta comercial para promover ventas de cosméticos en redes sociales en la ciudad de Cali como una fuente de ingreso Proyecto aplicado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Repositorio Institucional UNAD.

David, F. R. (2013). Conceptos de administración estratégica (14.^a ed.). Pearson Educación.

Drucker, P. F. (2002). La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas. Editorial Sudamericana.

Gitman, L. J. (2012). Principios de administración financiera (12.^a ed.). Pearson Educación.

Rodríguez Martínez, M. E. (2023). Estudio de factibilidad para un servicio de marketing digital orientado al fortalecimiento del emprendimiento en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – ZCBOY Proyecto aplicado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Repositorio Institucional UNAD.

Niño Pérez, E. M., & Díaz Mateus, C. J. (2015). Evaluación del programa de emprendimiento de la Universidad Industrial de Santander [Trabajo de grado, Universidad Industrial de Santander]. Repositorio UIS.

7. APÉNDICES

Apéndice A. Guía de entrevista semiestructurada

Objetivo: Identificar las principales problemáticas administrativas, financieras y digitales presentes en La Boutique Belleza & Glamour.

Datos generales

Nombre del emprendimiento:

Nombre de la propietaria:

Fecha de aplicación:

Lugar:

Preguntas

1. ¿Hace cuánto tiempo inició el emprendimiento?
2. ¿Cuáles son los productos más vendidos del negocio?
3. ¿Cómo realiza actualmente el control de ingresos y gastos?
4. ¿Lleva algún registro de inventarios o control de productos?
5. ¿Cuáles considera que son las principales dificultades financieras del negocio?
6. ¿Qué estrategias utiliza para promocionar los productos?
7. ¿Qué redes sociales utiliza para las ventas y promoción?
8. ¿Con qué frecuencia publica contenido en redes sociales?
9. ¿Considera que las redes sociales han ayudado al crecimiento del emprendimiento?
10. ¿Qué aspectos considera necesario fortalecer en el negocio?
11. ¿Ha recibido apoyo o capacitación para el manejo del emprendimiento?
12. ¿Cuáles son sus expectativas de crecimiento para La Boutique Belleza & Glamour?

Apéndice B. Ficha de observación

Objetivo: Observar las condiciones administrativas, comerciales y digitales del emprendimiento.

Aspecto observado	SÍ	NO	Observaciones
Existe organización visible del negocio			
Se lleva control de ingresos y gastos			
Existe registro de inventario			
Los productos están organizados adecuadamente			
Se observan estrategias de promoción			
El negocio utiliza redes sociales			
Existe atención personalizada a clientes			
Se evidencian promociones o descuentos			
Hay publicidad digital constante			
Se identifican productos de alta demanda			

Fecha de observación:

Lugar:

Observador:

Apéndice C. Matriz DOFA

Fortalezas	Oportunidades
Variedad de productos cosméticos y capilares	Crecimiento del sector belleza
Atención personalizada	Uso de redes sociales para ventas
Reconocimiento local del negocio	Incremento de demanda de productos de belleza
Experiencia en ventas	Posibilidad de ampliar mercado digital
Debilidades	Amenazas
Falta de control financiero organizado	Aumento de la competencia
Escaso uso de herramientas digitales	Cambios en preferencias de clientes
Manejo informal del inventario	Negocios con mayor posicionamiento digital
Ausencia de planeación administrativa	Limitaciones económicas locales

Interpretación DOFA

La matriz permitió identificar que el emprendimiento posee fortalezas relacionadas con reconocimiento local y atención al cliente; sin embargo, requiere fortalecer aspectos administrativos, financieros y digitales para enfrentar las amenazas del mercado y mejorar su competitividad.

Registro de ingresos y gastos.

Fecha	Concepto	Ingreso	Gasto	Saldo
-------	----------	---------	-------	-------

Control de inventario.

Producto	Cantidad inicial	Entradas	Salidas	Cantidad final
----------	------------------	----------	---------	----------------

Objetivo del formato

Permitir un mejor control financiero y administrativo del emprendimiento mediante el registro organizado de ingresos, gastos e inventarios.

Apéndice E. Análisis de redes sociales y evidencia digital

Redes sociales utilizadas

WhatsApp Facebook

Aspectos analizados

Aspecto	Resultado observado
Frecuencia de publicaciones	Baja y no planificada

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Tipo de contenido	Fotografías de productos y promociones
Interacción con clientes	Limitada
Uso de catálogos digitales	No cuenta con catálogo organizado
Estrategias de marketing digital	No definidas
Alcance comercial	Principalmente clientes locales

Análisis general

La revisión digital permitió identificar que La Boutique Belleza & Glamour utiliza redes sociales como medio de promoción; sin embargo, no cuenta con estrategias constantes de marketing digital ni planificación de contenido. Se evidenció la necesidad de fortalecer publicaciones, interacción con clientes y uso de herramientas digitales para mejorar el posicionamiento comercial del emprendimiento.

8. ANEXOS

IMAGEN 1



IMAGEN 2



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

IMAGEN 3



ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

IMAGEN 4

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA
N.I.T. 890200110-1
CRA 19 NRO 36-20 PISO 2
TELÉFONO PBX 6527000
BUCARAMANGA - SANTANDER

Validación: 12407447
Fecha: 27/01/2025 10:23:24
Oficina: Reten-28
Cliente: PABON OCHOA SANDY JOHANA
Identificación: 1010002298
Matrícula: 718505
Nombre: PABON OCHOA SANDY JOHANA
Serie: 1400-117
Subserie: 1400-117.44

Servicio	valor
DERECHOS DE MATRIC. INSCRITOS	0,00
DERECHOS DE MATR. ESTABLEC.	48.400,00
Total a pagar	48.400,00

Formas de pago
Efectivo 48.400,00

TOTAL RECIBIDO: 48.400,00
Cambio: 0,00
Son: CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS PESOS MCTE

USTED HA OBTENIDO DESCUENTO DE:
\$75,000 SEGUN LEY 1780 DE 2016.

Escanee este código para acceso rápido



Clave de
SERVICIOS VIRTUALES
www.sintramites.com

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023