

**EXPERIENCIA Y CREACION DE EMPRENDIMIENTO “TOPITOP A&L” A  
TRAVES DE LAS HERRAMIENTAS ACADEMICAS BRINDADAS POR EL  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA. SECCIONAL GIRARDOT**

**LAURA CAROLINA TRIANA CRUZ  
RUTH ALEJANDRA MALAGON CALDERON**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GIRARDOT-CUNDINAMARCA**

**2022**

**EXPERIENCIA Y CREACION DE EMPRENDIMIENTO “TOPITOP A&L” A  
TRAVES DE LAS HERRAMIENTAS ACADEMICAS BRINDADAS POR EL  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA. SECCIONAL GIRARDOT**

**LAURA CAROLINA TRIANA CRUZ  
RUTH ALEJANDRA MALAGON CALDERON  
PROYECTO DE GRADO**

**DIRECTOR  
GUIOVANNI QUIJANO  
WILSON GONGORA**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GIRARDOT-CUNDINAMARCA**

**2022**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

## **RESUMEN**

Topitop A&L un emprendimiento de moda femenina creado en el 2019 por Laura Triana y Alejandra Malagón, durante los años se ha esforzado por crecer en un mercado competitivo, ha usado las diferentes herramientas, actividades y experiencias brindadas por la universidad de Cundinamarca de Girardot en el programa de administración de empresas, el negocio ha pasado por diferentes etapas, desde ser una tienda netamente virtual por redes sociales a ser boutique femenina en la ciudad de Girardot, atravesó exitosamente la pandemia por COVID 19 y se enfocó en ofrecer productos en tendencia, y brindar un servicio al cliente donde la persona se sienta como en familia, la Universidad de Cundinamarca fue parte fundamental en el desarrollo de la empresa, con diversas herramientas y sus excelentes docentes, logrando finalmente un negocio que se ha sostenido durante 3 años brindando empleos y desarrollo regional.

## **ABSTRACT**

Topitop A&L, a women's fashion venture created in 2019 by Laura Triana and Alejandra Malagón, over the years has made an effort to grow in a competitive market, has used the different tools, activities and experiences provided by the University of Cundinamarca de Girardot in the business administration program, the business has gone through different stages, from being a purely virtual store through social networks to being a women's boutique in the city of Girardot, it successfully went through the COVID 19 pandemic and focused on offering trending products, and provide customer service where the person feels like family, the University of Cundinamarca was a fundamental part in the development of the company, with various tools and excellent teachers, finally achieving a business that has been sustained for 3 years providing jobs and regional development.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios, por darnos las oportunidades que tenemos, a nuestras familias por ser el apoyo incondicional en todo momento y creer en nuestros sueños, a nuestros maestros por darnos todas las herramientas para estructurar y formar nuestra empresa, a cada una de nuestras clientas que gracias a sus compras nos han permitido conseguir lo que tenemos y mejorar día a día.

A nuestros asesores de grado por brindarnos el tiempo, la dedicación y paciencia para culminar nuestro proceso.

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>12</b>
<b>1. TITULO .....</b>	<b>14</b>
<b>2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION .....</b>	<b>15</b>
2.1 AREA DE INVESTIGACION: .....	15
2.2 LINEA DE INVESTIGACION.....	15
2.3 PROGRAMA.....	15
<b>3. FORMULACION DEL PROBLEMA.....</b>	<b>16</b>
3.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA .....	16
3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA .....	18
<b>4. OBJETIVOS .....</b>	<b>19</b>
4.1 OBJETIVO GENERAL .....	19
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	19
<b>5. JUSTIFICACION .....</b>	<b>20</b>
<b>6. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>24</b>
6.1 MARCO TEORICO.....	24
6.2 MARCO DE ANTECEDENTES.....	26
Emprendimientos creados dentro de la Universidad de Cundinamarca: .....	26
<b>6.3 MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>28</b>
Emprendimiento.....	28
Marketing .....	28
Modelo educativo.....	28
Plan de estudios .....	28
Innovación:.....	29
<b>6.4 MARCO GEOGRAFICO .....</b>	<b>29</b>
6.4.1 Macro Localización .....	30
6.4.2 Micro Localización .....	30
Figura 2. Micro localización .....	31
<b>7. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>32</b>

7.1	TIPO O ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	32
7.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
7.3	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
7.4	POBLACIÓN.....	33
7.5	MUESTRA .....	33
7.6	RESULTADOS .....	36
7.7	RECURSOS HUMANOS .....	42
7.7	RECURSOS MATERIALES .....	43
7.8	RECURSOS INSTITUCIONALES .....	43
7.9	RECURSOS FINANCIEROS .....	43
<b>8</b>	<b>PROCESOS DE CREACIÓN Y GESTIÓN DESDE LA IDEA DE NEGOCIO HASTA LA CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA TOPITOP A&amp;L.....</b>	<b>44</b>
8.1	ANTECEDENTES E IDEA DE NEGOCIO TOPITOP A&L.....	44
8.2	CREACIÓN TOPITOP A&L.....	45
8.3	GENERALIDADES DE LA EMPRESA TOPITOP A&L .....	46
8.4	NEGOCIO.....	46
	Misión.....	46
	Visión .....	47
	El lugar ideal para ir de compras.....	47
	Experiencia de compra.....	47
	Principios y valores Topitop A&L.....	47
<b>9</b>	<b>HERRAMIENTAS EXPERIENCIAS O ACTIVIDADES BRINDADAS POR EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PARA LA IDEACIÓN / CREACIÓN DE TOPITOP A&amp;L .....</b>	<b>48</b>
9.1	EXPOUCUNDINAMARCA .....	48
9.3	FORO INTERNACIONAL LATINOAMERICANO MUJER Y LIDERAZGO.....	50
9.4	IV CONGRESO INTERNACIONAL EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	51
9.5	STARTUP WEEKEND .....	51
9.6	CITGO .....	54
9.7	DESAYUNOS EMPRESARIALES .....	56
9.8	DIPLOMADO EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN.....	57
9.9	PRIMER ENCUENTRO DE EMPRENDIMIENTO UDECINO 2022.....	58



<b>10 PUNTUALIZAR LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO, MODELO DE NEGOCIO Y GESTIÓN DE PROYECTOS QUE PERMITIERON LA EJECUCIÓN DE LA EMPRESA TOPITOP A&amp;L.....</b>	<b>60</b>
10.1 ESTRATEGIA DE MERCADEO.....	60
Igtv – instagram .....	60
Stories.....	61
Contenido diario.....	61
Fotografías Propias .....	62
Campañas pagas social ads .....	62
10.2 MODELO DE NEGOCIO.....	63
Modelo Canvas.....	63
Oferta de valor .....	64
Definición de clientes.....	65
Canales.....	65
Participantes .....	66
10.3 PROPUESTA DE VALOR.....	66
10.4 ESTUDIO DE MERCADO.....	67
<b>11. GESTION FINANCIERA TOPITOP A&amp;L.....</b>	<b>68</b>
<b>12 CONCLUSION .....</b>	<b>74</b>
<b>13 BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>75</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. ubicacion Girardot.....	30
Figura 2. Ubicacion Topitop A&L .....	31
Figura 3. Formato encuesta .....	36
Figura 4. Resultado pregunta 1.....	37
Figura 5. Resultado pregunta 2.....	38
Figura 6. Resultado pregunta 3.....	39
Figura 7. Resultado pregunta 4.....	40
Figura 8. Resultado pregunta 5.....	41
Figura 9. Resultado Pregunta 6 .....	42
Figura 10. ExpoUcundinamarca.....	48
Figura 11. ExpoUcundinamarca cronch .....	49
Figura 12. Starupweekend.....	51
Figura 13. Startupweekend grupo.....	52
Figura 14. Startup weekend. Rector Adriano muñoz.....	53
Figura 15. Reunion con Citgo .....	54
Figura 16. Reunion Citgo grupal .....	55
Figura 17. Primer desayuno empresarial .....	57
Figura 18. Diplomado emprendimiento .....	58
Figura 19. Primer Encuentro de emprendimiento Udecino .....	59
Figura 20. Modelo Canvas.....	63
Figura 21. Red social Facebook .....	66
Figura 22. Red social Instagram.....	66
Figura 23. Local actual Topitop A&L 2022 .....	66

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estado de resultados.....	69
Tabla 2. Proyecciones .....	70
Tabla 3. Balance general .....	70
Tabla 4. Flujo de caja.....	71
Tabla 5. Razones Financieras.....	72

## INTRODUCCION

En la ciudad de Girardot son muy pocas las oportunidades de empleo, por esta razón la Universidad de Cundinamarca se preocupa por la formación de profesionales con capacidad de liderazgo y la creación de nuevos emprendimientos, con el propósito de mejorar su calidad de vida y posteriormente generar empleo y desarrollo económico en muchos más hogares.

En los últimos años, la industria de la moda ha sido uno de los negocios con más oportunidades debido que se encuentra en constante cambio, según cifras oficiales (la moda ha aportado el sector textil al PIB nacional de Colombia en 2020 ha representado el 8,2% del PIB industrial del país, el 21% del empleo industrial colombiano y el 9% de las exportaciones manufactureras.)<sup>1</sup>

En el presente escrito se dará a conocer nuestra experiencia como estudiantes de la comunidad Udecina, logrando la creación y crecimiento del emprendimiento “TOPITOP A&L”, gracias a los conocimientos brindados en los periodos académicos; dejando constancia del buen desarrollo interno y los nuevos proyectos educativos implementados en los últimos años.

Según el CAMPO MULTIDIMENSIONAL DE APRENDIZAJE. El aula en el siglo 21 está superada como espacio de cuatro paredes, donde el profesor habla y los estudiantes escuchan, se transmiten contenidos, se informa y enseña. El proceso formativo implica más que hablar y escuchar, es un proceso de interacción, acción y transformación, de tal manera que se busca un resultado de aprendizaje que se alcanza en un campo de aprendizaje multidimensional<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> ORTEGA B., Enrique. 2021. Recuperado de <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-colombia-parte-2/amp/>

<sup>2</sup> MUÑOZ B., Adriano. Medit. 2019. Recuperado de <https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/varios/2019/medit-1.pdf>

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, podemos determinar que la Universidad de Cundinamarca busca generar espacios en el aula de clase, donde docentes y estudiantes puedan interactuar y compartir conocimientos sin barreras generando un ambiente de aprendizaje.

Para lograr este campo multidimensional de aprendizaje es necesario tener en cuenta y aplicar las siguientes dimensiones:

1. La persona en sí misma, es el principal motor de mejora constante y permanente.
2. El aula, es el espacio ampliado donde se lleva a cabo el trabajo colaborativo entre los estudiantes y el profesor.
3. La cultura, representa los usos, costumbres, saberes, creencias, principios, valores, normas, comportamientos y pautas de conducta que definen la impronta espiritual, material, intelectual, afectiva y moral de la Universidad de Cundinamarca.
4. La institución, como organización social, promueve un orden formativo a través de sus normas y reglas.
5. La naturaleza, es el conjunto de seres vivos y materiales que en diálogo con la comunidad universitaria logra, coexistir en pro de la supervivencia de la raza humana.
6. La familia, es el núcleo principal a partir del cual se logran los mayores resultados en la formación de una persona transhumana, en consecuencia, hace parte activa del proceso educativo.
7. Por último, es la sociedad quien apropia el aprendizaje gestado, convirtiéndose en la representación del desarrollo y la transformación.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> MUÑOZ B., Adriano. Medit. 2019. Recuperado de <https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/varios/2019/medit-1.pdf>

## **1. TITULO**

EXPERIENCIA Y CREACION DE EMPRENDIMIENTO "TOPITOP A&L" A TRAVES DE LAS HERRAMIENTAS ACADEMICAS BRINDADAS POR EL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. SECCIONAL GIRARDOT

## **2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION**

### **2.1 AREA DE INVESTIGACION:**

Gestión de las organizaciones y la sociedad.

### **2.2 LINEA DE INVESTIGACION**

Emprendimiento

### **2.3 PROGRAMA**

La investigación está contenida dentro del programa de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **3. FORMULACION DEL PROBLEMA**

#### **3.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA**

En la Universidad de Cundinamarca se tiene la problemática que surge frente a la creación de empresa por parte de los futuros administradores, pese a la misión y visión que se encuentran enfocadas en lo anteriormente mencionado. Además de todos los eventos donde se incentiva el emprendimiento y se muestran herramientas para crear y adquirir crecimiento de la empresa, teniendo en cuenta las clases orientadas en la creación y desarrollo empresarial que provee el programa; sin embargo el miedo y la incertidumbre se ha apoderado de muchos estudiantes y este ha sido uno de los obstáculos que no les ha permitido tomar riesgos en busca de sueños y metas personales, sin tener en cuenta las mejoras a implementar en su calidad de vida y las oportunidades que podrían brindar al desarrollo sostenible del municipio de Girardot.

Pese a los esfuerzos continuos de la Universidad de Cundinamarca por promover la creación de empresa desde el desarrollo personal logrando seguidamente el progreso local, regional y nacional, se evidencia que gran parte de los emprendimientos son microempresas y debido a la baja capacidad de endeudamiento no lograr escalar a ser una mediana o grande empresa.

La cámara de comercio de Girardot en el 2018 realizó una investigación y concluyó lo siguiente: el 93,23% de los emprendimientos en Girardot son en el casco urbano, 6,77% en la zona rural, de los cuales el 70,93% de las empresas pagan arriendo y solo un 30% es propio. El 91,98% de las empresas son micro



(emplea de 1 a 10 trabajadores), el 6,27% es mediana y solo el 1,75% son grandes.<sup>4</sup>

La Universidad de Cundinamarca pese a las circunstancias socioculturales y económicas, ha logrado propiciar y motivar a diversos estudiantes para lograr la creación, desarrollo y posicionamiento de diversas empresas en la ciudad de Girardot Cundinamarca como son:

- Mompets gourmet
- Regina petshop
- Puentana finca vacacional
- Marketing y finanzas
- Arepas flor d´
- Netmaster
- Empresa universal profits
- Bariloche
- Ips darsalud
- Urban shop
- Topitop a&l

Entre otros...

De esta manera se evidencia que todos los procesos internos que realiza la Universidad de Cundinamarca entorno al emprendimiento como los mismos núcleos temáticos como: proyecto de empresa, ELECTIVA I INONOVACION Y CREATIVIDAD, FORMULACION DE PROYECTOS, MERCADOTECNIA, GERENCIA DE MERCADOS, Han apuntado a una lata formación y sensibilización

---

<sup>4</sup> GUTIERREZ R., Tatiana E., TORO S. Melissa, Recuperado de [https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/11744/1/T.A-GutierrezTatiana.-ToroMelissa\\_2020.pdf](https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/11744/1/T.A-GutierrezTatiana.-ToroMelissa_2020.pdf)

para crear nuevos negocios o emprendimientos. También los eventos como el startup weekend, bootcamp, talleres de design thinkin, talleres creatividad y cultura emprendedora. además, desde el 2016 la creación de CITGO ha logrado impulsar, motivar y apoyar a diversos estudiantes, egresados, docentes, y la comunidad en general a forjar empresas que logren ser competitivas en el comercio actual, orientando a quien lo necesite con el fin de obtener independencia empresarial.

### **3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Cuáles de las herramientas brindadas por el programa de administración de empresa de la Universidad de Cundinamarca fueron implementadas para la creación, desarrollo y posicionamiento de la empresa TOPITOP A&L en la ciudad de Girardot Cundinamarca?

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Identificar las herramientas brindadas del programa de administración de empresas para la creación, desarrollo y posicionamiento dentro del mercado regional y nacional, de la empresa TOPITOP A&L

### **4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Describir los procesos de creación y gestión desde la idea de negocio hasta la consolidación de la empresa Topitop A&L.
- Identificar las herramientas brindadas por el programa de administración de empresas para la creación y desarrollo de una empresa.
- Puntualizar las estrategias de mercadeo, modelo de negocio y gestión de proyectos que permitieron la ejecución de la empresa Topitop A&L.
- Aplicar instrumento de investigación para conocer la perspectiva de los estudiantes del programa administración de empresas frente a las herramientas o experiencias que brinda la universidad de Cundinamarca para crear empresa.

## 5. JUSTIFICACION

En la actualidad el tema de crear empresa o emprender ha tomado más fuerza y relevancia en diversos campos, cada vez son más los cursos, herramientas, ayudas económicas, tutorías, asesorías, charlas y eventos que van enfocados en ayudar a todos los interesados en tener independencia económica y salir de su zona de confort logrando la creación de una empresa no solo para el crecimiento personal sino también social, generando empleo y crecimiento económico al municipio, ciudad o país.

Es fundamental en las escuelas, colegios, Universidades y todos los espacios educativos se promueva la cultura emprendedora con el fin de generar conocimientos que conlleven a la independencia laboral, social y personal, generando habilidades como liderazgo, ética, pasión, creatividad, confianza, trabajo en equipo, iniciativa, disciplina y toma de decisiones. Por esta razón muchas instituciones están incluyendo dentro de su plan de estudios, asignaturas que inspiren la cultura emprendedora en cada uno de sus estudiantes.

La Universidad de Cundinamarca dentro de su plan de estudios en el programa de administración de empresas cuenta con núcleos temáticos enfocados en el área de emprendimiento, además cuenta con una unidad denominada “Campo de emprendimiento e innovación” (CITGO) que fue fundada en el año 2016. Este tiene como objetivo apoyar y asesorar en el proceso de transformar las ideas en proyectos viables, esto se encuentra dirigido a estudiantes, egresados, docentes y la comunidad en general. Entre sus actividades se encuentran: Capacitaciones, consultorías, mentorías y asesorías personalizadas.

Otras de las actividades complementarias que desarrolla la universidad promoviendo el emprendimiento son:

1. Expo U Cundinamarca
2. Start up weekend
3. Aulas espejo
4. Charlas con empresarios de la ciudad
5. Desayunos empresariales
6. Congresos
7. Encuentros dialógicos
8. Workshop
9. Talleres del modelo canvas, insight y creatividad
10. Encuentros y charlas con empresarios de la región
11. CITGO

En Colombia se creó la ley de emprendimiento 1014 del 2006, que tiene como finalidad propiciar el crecimiento, consolidación y sostenibilidad del emprendimiento, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad, obteniendo la formalización de las empresas, y generando mejoras en la productividad y competitividad del país.

Esta ley cuenta con objetivos claros y específicos que facilitan la comprensión, entre ellos:

1. Reducir las cargas para emprendedores y generar gradualidad para empresas de menor escala.
2. Ampliar las oportunidades de acceso a mercados, a través de compras públicas.
3. Diversificar y ampliar esquemas de financiamiento para todo tipo de emprendimiento.

4. Fortalecer y articular la institucionalidad para el emprendimiento, la innovación y el desarrollo empresarial.
5. Mejorar las habilidades de los emprendedores a partir de acciones en materia de educación<sup>5</sup>.

Actualmente en Colombia, existen factores que impiden que las personas tomen la decisión de crear empresa, uno de los más comunes es la falta de capital y falta de información necesaria, además de la incertidumbre y el riesgo que asumen. Teniendo en cuenta las tarifas de interés al solicitar un préstamo, por esta razón existen diversas ayudas que facilita al ciudadano con diferentes formas de financiamiento/capacitación/acompañamiento; algunos de estos son:

- **Innpulsa:** Somos la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, que, junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompaña la aceleración de emprendimientos de alto potencial y a los procesos innovadores y de financiación que permiten escalar a las empresas del país para generar más desarrollo económico, equidad y oportunidades para todos los colombianos<sup>6</sup>.
- **Fondo emprender:** Es una iniciativa creada por el Gobierno Nacional en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre de 2002, que busca brindar apoyo financiero a los emprendedores jóvenes del país, aprendices, universitarios o practicantes que tienen ideas de negocios productivos y necesitan capital para ponerlos por obra. El Fondo Emprender facilita el acceso de Capital Semilla a los emprendedores, con el cual se pone en manos de los

---

<sup>5</sup> Proyecto Ley de Emprendimiento. S.f.. Mincomercio/Innpulsa. Recuperado de: <https://www.innpulsa.com/innformate/mincomercio-e-innpulsa-presentan-el-proyecto-de-la-ley-de-emprendimiento>

<sup>6</sup> INNPULSA. Innpulsa.com April 4, 2022, recuperado de: <https://innpulsa.com/nosotros>

beneficiarios los recursos necesarios para la ejecución de proyectos productivos que contribuyan con el crecimiento económico del país.<sup>7</sup>

- **ENDEAVOR:** Impulsamos la economía local al seleccionar, asesorar y potenciar emprendimientos para que se transformen en empresas de alto impacto, generando oportunidades que fomentan el desarrollo del país a través de una comunidad global conformada por emprendedores, mentores y aliados, impulsamos el emprendimiento de alto impacto de las Empresas Endeavor brindándoles acceso al talento, mercados y capital.<sup>8</sup>
- **Opinno:** Es el punto de encuentro de innovación, transformación y tecnología. Nuestro modelo de servicios ayuda a nuestros clientes a vigilar y entender el mercado, transformar la organización para adaptarse mejor a un mundo en cambio constante y a convertirse en una organización<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> 2019. Recuperado de: <https://www.rankia.co/blog/fondos-inversion-colectiva-colombia/4320100-que-fondo-emprender>.

<sup>8</sup>Recuperado de: 2021. <https://www.endeavor.org.co/quienes-somos/>

<sup>9</sup> Opinno.com. Retrieved April 4, 2022, recuperado de <https://www.opinno.com/es/nosotros>

## 6. MARCO REFERENCIAL

### 6.1 MARCO TEORICO

#### **Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica.**

El emprendimiento es un factor clave para el surgimiento de las empresas, ya que el ser emprendedor está ligado a ser innovador, cuestión que se suscribe como un hecho cultural donde el ser humano logra su desarrollo como individuo, a la vez que su entorno empresarial termina proporcionándole beneficios para su crecimiento personal y profesional. En el presente artículo se analizan investigaciones que reconocen la importancia del emprendimiento en la educación de los jóvenes a partir de la experiencia en diferentes ambientes universitarios en Malasia, Australia, Túnez, Venezuela, Nigeria, Latinoamérica y Colombia.<sup>10</sup>

#### **Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución**

El emprendimiento aún se localiza en un ciclo de evolución debido a los obstáculos que han impedido su desarrollo más rápido; en algunos países en vías de desarrollo aún existen confusiones en la terminología o la falta de acceso a resultados concluyentes. El objetivo de esta investigación es identificar los factores que inciden en la creación de un emprendimiento.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Hémbuz Falla , G. D. ., Sánchez Avilés, A. M. ., & Bermeo Diaz, V. . (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica. *Revista Boletín Redipe*, 9(8), 166–180. Recuperado de <https://doi.org/10.36260/rbr.v9i8.1049>

<sup>11</sup> Vargas Valdiviezo, Ma. Auxiliadora; Uttermann Gallardo, Romina Emprendimiento: factores esenciales para su constitución *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 25, núm. 90, 2020



## **Capacidades de emprendimiento desde la perspectiva de las instituciones universitarias**

Se exploran las capacidades de emprendimiento desarrolladas desde las aceleradoras de emprendimiento universitarias, ya que son particularmente los estudiantes universitarios lo más proclives a generar emprendimientos de tipo start-up o spin-off.<sup>12</sup>

## **Formación emprendedora universitaria, más allá de los mitos Desde antes de la crisis del COVID-19**

Marketing Digital. Tendencias, mucho se había dado y escrito sobre la importancia del emprendimiento y la innovación desde las universidades. Organismos e instituciones como el banco mundial, la organización de las naciones unidas, el banco interamericano de desarrollo, el foro económico mundial y la comisión europea, no solo había puesto al emprendimiento dentro de sus agendas, sino a las universidades como ejes de la innovación y el emprendimiento <sup>13</sup>

---

Universidad del Zulia, Venezuela Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559024>

<sup>12</sup> Formación emprendedora en la educación superior, Campos Sanchez, Alejandro marum, Espinosa, Elia, 2022  
extraído de: [https://books.google.com.co/books?id=r0xjEAAAQBAJ&dq=emprendimiento+universitario&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.co/books?id=r0xjEAAAQBAJ&dq=emprendimiento+universitario&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

<sup>13</sup> Formación emprendedora universitaria, mas allá de los mitos. Sergio Ortiz Valdez 2020, extraído de  
[https://books.google.com.co/books?id=zWwOEAAAQBAJ&dq=emprendimiento+universitario&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.co/books?id=zWwOEAAAQBAJ&dq=emprendimiento+universitario&hl=es&source=gbs_navlinks_s)

## 6.2 MARCO DE ANTECEDENTES

### **Emprendimientos creados dentro de la Universidad de Cundinamarca:**

*Ubícate:* Es un proyecto que nació el 19 de diciembre de 2015, con el de orientar y brindar información a los residentes y turistas que llegan a la Ciudad en búsqueda de sitios de interés y establecimientos comerciales que suplan sus necesidades primarias comer, dormir, etc. para lo cual se utiliza una herramienta tecnológica y que utilizamos a diario en nuestro dispositivo móvil disponible totalmente gratis en las tiendas Play Store y App Store<sup>14</sup>.

*Pincel y chocolate:* Es una familia que cuenta con 6 años de experiencia en el mercado, cuidando el bienestar de uñas, cuerpo y piel; ofrece servicios personalizados de alta calidad en un ambiente relajante. Hemos diseñado junto a un equipo de trabajo en belleza y estética, tratamientos para revitalizar la mente y el cuerpo. El análisis de la proyección y de los antecedentes del comportamiento de la empresa, revela números muy alentadores acerca del crecimiento y comportamiento del mercado de SPA a nivel del sector y la provincia Alto Magdalena<sup>15</sup>.

*Arabesco's design:* Es una microempresa que lleva poco tiempo en la industria de la moda, pero que ha demostrado en su corta trayectoria tener las capacidades de innovar y ofrecer a los clientes productos con su toque personal logrando marcar la diferencia frente a su competencia esta lleva 5 años en el mercado diseñando,

---

<sup>14</sup> RUÍZ GÓMEZ, J. T.. Propuesta para el diseño de una aplicación móvil como guía turística y comercial del municipio de Girardot, Cundinamarca 2017. Universidad de Cundinamarca. 2017. Recuperado de: <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/816>.

<sup>15</sup> RUÍZ ALFONSO, Á. R. Evolución y proyección de “pincel y chocolate”, un caso de emprendimiento gestado en la universidad de cundinamarca del programa de administración de empresas seccional

confeccionando y comercializando vestidos de baño, prendas de vestir femeninas y accesorios.<sup>16</sup>

*H & d eventos recreación y turismo*: es un proyecto de empresa, el cual, ya se está ejecutando bajo la supervisión de la empresa “CASEROLO EVENTOS”, es decir, es una submarca en sociedad, que complemento, el portafolio de productos y servicios de “CASEROLO EVENTOS”<sup>17</sup>

*Tangara*: Es una marca con espíritu joven que se dedica al diseño de sus productos con sus respectivos estampados para así ofrecer prendas que transmiten experiencias diferenciadoras y únicas; esto genera exclusividad en los diseños puesto que se cuenta con los factores excepcionales haciendo la marca diferente a las demás del mercado.<sup>18</sup>

*Mompets Gourmet*: Es una empresa innovadora en repostería, producen y comercializan productos como tortas, galletas, cupcakes, helados y gelatinas; para caninos y felinos a base de ingredientes naturales, además ofrece el servicio de peluquería y guardería<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> SALGADO C., LUZ A., 2016. Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/413?show=full>

<sup>17</sup> HERNÁNDEZ R., HAROLD C., 2020. H&D Eventos, recreación y turismo. Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/3674>

<sup>18</sup> GODOY Y., F. H., 2020. *Socialización De La Experiencia En La Creación De La Empresa Tangara Swimwear En La Ciudad De Girardot*. UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

<sup>19</sup> <https://mompetsgourmetbusiness.site/#summary>

### 6.3 MARCO CONCEPTUAL

Emprendimiento: El fundador y CEO de NeuroFlow nos dice: «Emprendimiento significa ser el que está dispuesto a dar el salto y a trabajar lo suficiente como para sacrificar todo lo demás a tu alrededor, todo en nombre de la solución de un problema, ya que nadie más puede o quiere hacerlo.»<sup>20</sup>

Marketing: Es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.<sup>21</sup>

Modelo educativo: Conjunto de normas establecidas que guían el proceso de enseñanza. En otras palabras, diferentes enfoques, tanto pedagógicos como educativos, que establecen un patrón en la elaboración de un programa de estudio. Por tanto, tienen como finalidad, entre otras, orientar a los docentes en su enseñanza.<sup>22</sup>

Plan de estudios: Es una serie de aplicaciones secuenciales de métodos en los que establece cuál es el programa de referencia para absorber conocimientos de diferentes fuentes. También se les conoce como modelos sistemáticos de aprendizaje en los que se desarrolla una habilidad en el estudiante siguiendo un esquema de cursos o metas.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> MARTINS F., NICOLE. 2022. Recuperado de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>.

<sup>21</sup> MESQUITA R. 2018. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

<sup>22</sup> UNADE – Universidad Americana de Europa. 2020. Recuperado de <https://unade.edu.mx/que-es-un-modelo-educativo/>

<sup>23</sup> Recuperado de :<https://conceptodefinicion.de/plan-de-estudio/>

Innovación: La innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado.<sup>24</sup>

## 6.4 MARCO GEOGRAFICO

Extensión, identificación y límites

Nombre del municipio: Municipio de Girardot

NIT: 890680378-4

Código Dane: 25307

Gentilicio: Girardoteño

Otros nombres que ha recibido el municipio: La Chivatera, La Ciudad de las Acacias, Puerto del rio grande de la Magdalena.

Extensión de 129 km<sup>2</sup>

Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, Al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, Al oeste con el río Magdalena y el municipio de Coello, Y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> PEIRÓ, ROSARIO. 2019. Innovación. Economipedia.com. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

<sup>25</sup> OBSERVATORIO REGIONAL AMBIENTAL Y DE DESARROLLO SOSTENIBLE DEL RÍO BOGOTÁ. <https://orarbo.gov.co/es/el-observatorio-y-los-municipios/informacion-general-municipio?cd=2e92c1f3f4d89563ba991a9013eb663a>

#### 6.4.1 Macro Localización

Topitop A&L está ubicado en la ciudad de Girardot Cundinamarca Se encuentra localizado en el centro del país (Colombia), muy cerca de la capital (Bogotá) en la ribera del Río Magdalena (el más importante del país), en el departamento de Cundinamarca, en la provincia denominada Alto Magdalena su economía está basada en el turismo.

**Figura 1.** Ubicación de Girardot



*Figura 1. ubicacion Girardot*

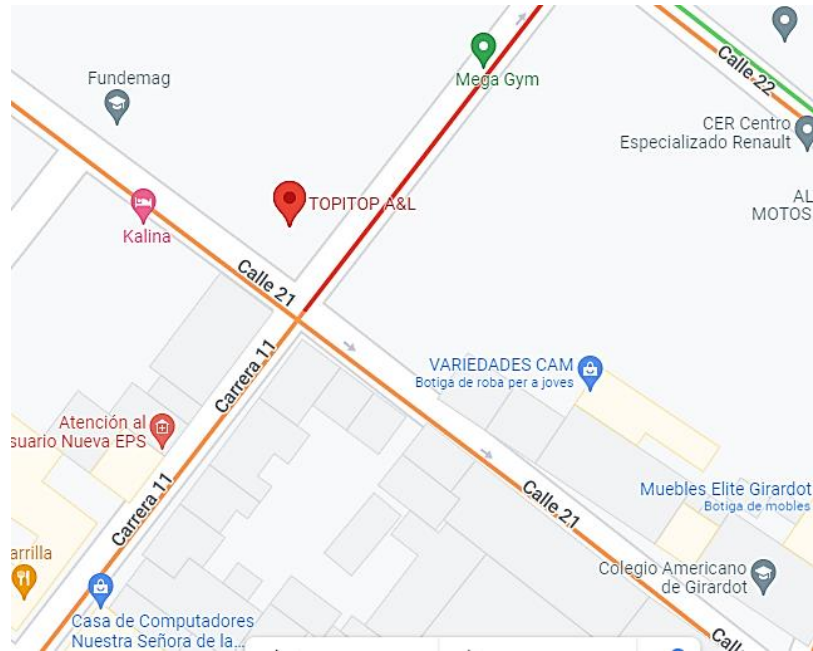
Fuente. <https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Galeria-de-Mapas.aspx>

#### 6.4.2 Micro Localización

Topitop A&L se encuentra ubicado en la ciudad de Girardot en el barrio Sucre calle 21 #11-14 limita con la fundación Fundemag y el Colegio Americano, este barrio

es de fácil ubicación debido a su cercanía con el monumento “el gran león” que ha sido símbolos del municipio durante muchos años.

**Figura 2.** Micro localización



*Figura 2. Ubicacion Topitop A&L*

Fuente. Imagen extraída de Google maps

## **7. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **7.1 TIPO O ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

Cuantitativa

Esta clase de investigación, también llamada metodología cuantitativa, se define, de igual modo, por el hecho de que realiza una medición controlada de la situación y que está claramente orientada a conseguir un resultado determinado.

Se tomarán en cuenta datos de una encuesta para definir resultados en base a la percepción que tienen los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot frente a las experiencias, herramientas y/o habilidades brindadas que son usadas para la creación de emprendimiento.

### **7.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Cuantitativa no experimental

Se tomarán en cuenta datos recolectados en la encuesta a los estudiantes de administración de la universidad de Cundinamarca para luego analizarlos y tener conclusiones claro.

Únicamente se usan los resultados de la investigación en este caso la encuesta para analizar los datos sin alterarlos o experimentar a partir de estos para obtener nuevos resultados, si no únicamente exponerle al lector los análisis obtenidos



### 7.3 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptiva

Ya se conocen las características del fenómeno en este caso las experiencias, vivencias y actividades para la creación de emprendimiento y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano.

### 7.4 POBLACIÓN

Estudiantes de la universidad de Cundinamarca programa administración de empresas seccional Girardot

Tamaño de la población: 430 estudiantes

### 7.5 MUESTRA

203 encuestas

*Ecuación 1*Calculo muestra

Parametro	Insertar Valor
<b>N</b>	430
<b>Z</b>	1,280
<b>P</b>	50,00%
<b>Q</b>	50,00%
<b>e</b>	3,27%

Tamaño de muestra

"n" =

**202,84**

Para poder conocer el conocimiento y percepción de los estudiantes de administración de empresas seccional Girardot, realizamos una encuesta según la muestra arrojada en el marco metodológico a 230 estudiantes, con el fin de conocer que tanto saben acerca de las herramientas para la creación de empresas

y si además perciben como la carrera de administración de empresas aporta y da visibilidad a los emprendimientos formalizados.

**Encuesta a estudiantes de la Universidad de Cundinamarca seccional  
Girardot – Programa Administración de Empresas**

***“Herramientas para la creación y/o desarrollo de emprendimiento”***

Por medio de esta encuesta, se busca conocer la perspectiva que tiene cada estudiante en cuanto a las herramientas que ha puesto a disposición la universidad para creación de empresa o emprendimiento.

***Marque con una X la respuesta que considera correcta***

1. ¿Considera que el programa de administración de empresas proporciona a los estudiantes las herramientas para la creación de empresa?

En desacuerdo     Ni en acuerdo, ni en desacuerdo     De acuerdo

2. Seleccione las herramientas o experiencias que conoce, ha escuchado, usado o visto durante su estancia en la universidad de Cundinamarca en el programa administración de empresas

<input type="checkbox"/> Desayunos Empresariales	<input type="checkbox"/> Workshop	<input type="checkbox"/> Startup weekend
<input type="checkbox"/> ExpoU Cundinamarca	<input type="checkbox"/> Feria empresarial	<input type="checkbox"/> CITGO
<input type="checkbox"/> Encuentros dialógicos	<input type="checkbox"/> No conoce	<input type="checkbox"/> Indeciso

3. La carrera de administración de empresas ofrece herramientas que le pueden servir para crear, idear y fortalecer su empresa

En desacuerdo     Ni de acuerdo, ni en desacuerdo     De acuerdo

4. Ha tenido un acercamiento o ha evidenciado a alguien que a partir de la carrera de administración de empresas fue capaz de crear un emprendimiento.

Frecuentemente     Ocasionalmente     Nunca

5. ¿Conoce alguno de estos emprendimientos? (fueron creados por estudiantes durante su carrera) seleccione todos los que conozca.

Mompets     Bariloche     Arabescos     Topitop  
 Netmaster     No conoce     Arepas D flor

6. ¿Considera importante tener más eventos, herramientas y experiencias que ayuden al estudiante a desarrollar su idea de negocio y seguidamente crear su empresa?

Muy importante     Importante     Poco importante  
 Sin importancia

**Figura 3. Formato encuesta.**

## Encuesta a estudiantes de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot – Programa Administración de empresas

“Herramientas para la creación y/o desarrollo de emprendimiento”



Por medio de esta encuesta se busca conocer la perspectiva que tiene usted como estudiante de las herramientas que ha puesto a disposición la universidad para creación de empresa o emprendimiento.

1. ¿Considera que el programa de administración de empresas proporciona a los estudiantes las herramientas para la creación de empresa?

En desacuerdo  Ni en acuerdo, ni en desacuerdo  De acuerdo

2. Seleccione las herramientas o experiencias que conoce, ha escuchado, usado o visto durante su estancia en la universidad de Cundinamarca en el programa administración de empresas

Desayunos Empresariales  Workshop  startup weekend  
 ExpoU Cundinamarca  Feria empresarial  Encuentros dialógicos  
 CITGO  No conoce  indeciso

3. La carrera de administración de empresas ofrece herramientas que le pueden servir para crear, idear y fortalecer su empresa

En desacuerdo  Ni de acuerdo, ni en desacuerdo  De acuerdo

4. Ha tenido un acercamiento o ha evidenciado a alguien que a partir de la carrera de administración de empresas fue capaz de crear un emprendimiento

Frecuentemente  Ocasionalmente  Nunca

5. ¿Conoce alguno de estos emprendimientos? (fueron creados por estudiantes durante su carrera) seleccione todos los que conozca

Mompets  Barilche  arabescos  Topitop  Netmaster  
 No conoce  Arepas D flor

6. ¿Considera importante tener más eventos, herramientas y experiencias que ayuden al estudiante a desarrollar su idea de negocio y seguidamente crear su empresa?

Muy importante  Importante  poca importancia  
 Sin importancia

Figura 3. Formato encuesta

## 7.6 RESULTADOS

Después de haber encuestado 203 estudiantes del programa administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca seccional Girardot, se llevó a cabo la organización de las encuestas y posteriormente la tabulación de la información.

Seguidamente se detallan cada una de las preguntas contestadas por los encuestados junto a los respectivos diagramas de porcentaje para ser analizado y determinar que tanto conocimiento tienen los estudiantes con respecto a las

herramientas que brinda el programa de administración de empresas en la Universidad de Cundinamarca para la creación y desarrollo de emprendimiento.

A continuación, se presentan los resultados arrojados por las encuestas según la pregunta generada.

*Marque con una X la respuesta que considera correcta*

1. *¿Considera que el programa de administración de empresas proporciona a los estudiantes las herramientas para la creación de empresa?*

*En desacuerdo*     *Ni en acuerdo, ni en desacuerdo*     *De acuerdo*

Esta pregunta es indispensable para poder determinar la percepción que tiene cada estudiante durante su trayectoria en las asignaturas cursadas y así entender si estos son conscientes del esfuerzo que realiza la Universidad de Cundinamarca para cumplir su misión en el programa de administración de empresas.



Figura 4. Resultado pregunta 1

Se puede evidenciar que el 68% (148 estudiantes) de los encuestados considera que el programa de administración de empresas proporciona herramientas útiles para poder crear empresas, sin embargo, el 27% (55 estudiantes) considera que no conoce o no considera que el programa enseñe las herramientas para llevar a cabo la creación de una empresa o emprendimiento.

*2. Seleccione las herramientas o experiencias que conoce, ha escuchado, usado o visto durante su estancia en la universidad de Cundinamarca en el programa administración de empresas*

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Desayunos Empresariales | <input type="checkbox"/> Workshop          | <input type="checkbox"/> Startup weekend |
| <input type="checkbox"/> ExpoU Cundinamarca      | <input type="checkbox"/> Feria empresarial | <input type="checkbox"/> CITGO           |
| <input type="checkbox"/> Encuentros dialógicos   | <input type="checkbox"/> No conoce         | <input type="checkbox"/> Indeciso        |

Con esta segunda pregunta se conoce más a fondo cuales de las herramientas o experiencias conocen o han sido participes algunos de los estudiantes

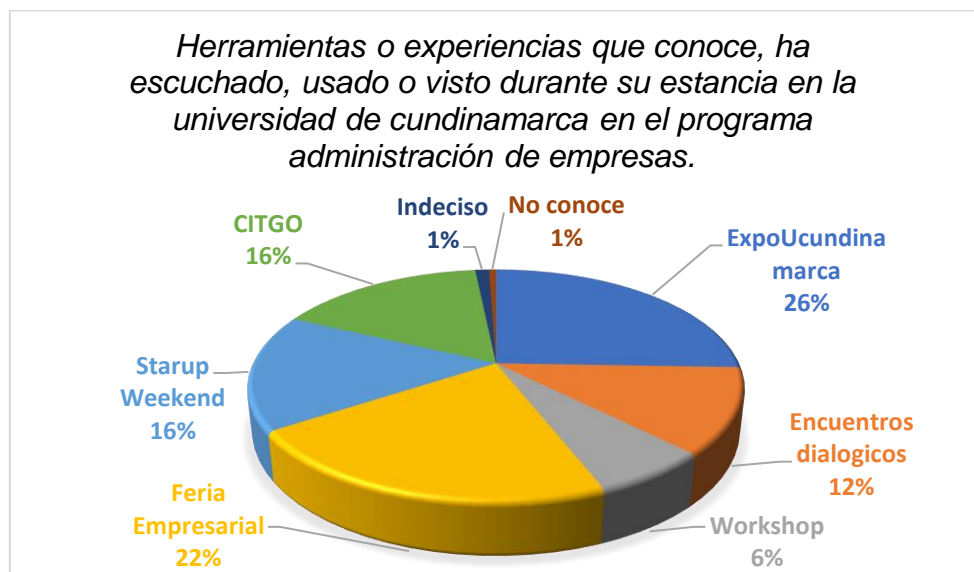


Figura 5. Resultado pregunta 2

Según los resultados se evidencia que gran parte de los estudiantes del programa de administración de empresas conoce, ha escuchado o experimentando alguna de estas herramientas o actividades brindadas durante su estancia en la Universidad de Cundinamarca unas de las actividades con más reconocimiento y sin duda la más esperada cada año son la feria empresarial y la ExpoUcundinamarca.

3. *La carrera de administración de empresas ofrece herramientas que le pueden servir para crear, idear y fortalecer su empresa*

\_\_\_ *En desacuerdo*    \_\_\_ *Ni de acuerdo, ni en desacuerdo*    \_\_\_ *De acuerdo*

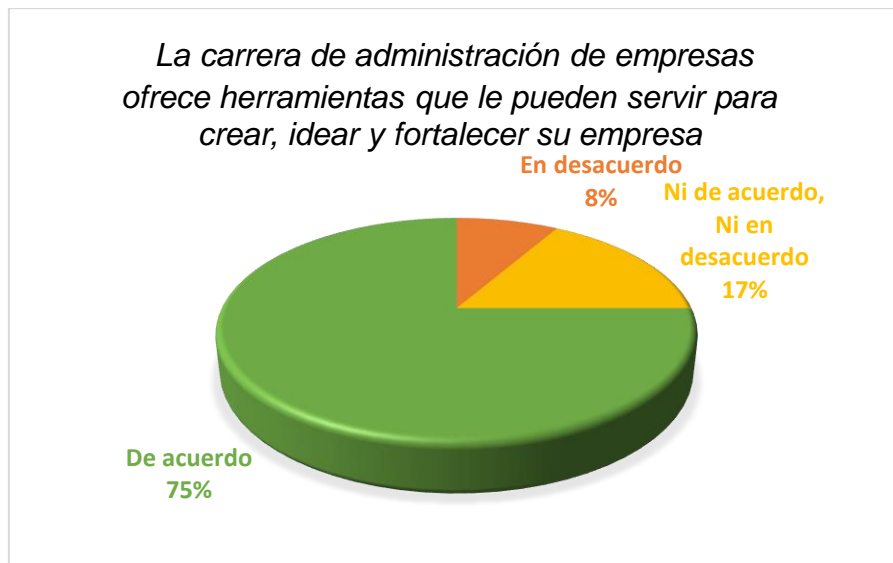


Figura 6. Resultado pregunta 3

De 203 estudiantes encuestados el 75% de los estudiantes (165 encuestados) del programa de administración de empresas afirman que este programa le ha ofrecido herramientas que en determinado momento le podrían servir si decide emprender e incluso fortalecer alguna que ya tienen en desarrollo, mientras solo el

17% (38 estudiantes) no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto puede darse en los primeros semestres ya que aún no han experimentado diferentes herramientas.

*4. Ha tenido un acercamiento o ha evidenciado a alguien que a partir de la carrera de administración de empresas fue capaz de crear un emprendimiento.*

\_\_\_\_\_ Frecuentemente      \_\_\_\_\_ Ocasionalmente      \_\_\_\_\_ Nunca



*Figura 7. Resultado pregunta 4*

Las respuestas en esta pregunta están muy repartidas, el 48% ocasionalmente conoce o ha escuchado sobre alguien que creo un emprendimiento durante su estancia en la universidad, el 34% dice que frecuentemente, sin embargo, el 18% manifiesta que nunca ha tenido acercamiento a alguien, lo que indica que pese a que la universidad se esfuerza por generar mente emprendedora aun hace falta apoyo para dar visibilidad a los emprendimientos que surgen.



5. ¿Conoce alguno de estos emprendimientos? (fueron creados por estudiantes durante su carrera) seleccione todos los que conozca.

Mompets       Bariloche       Arabescos       Topitop  
 Netmaster       No conoce       Arepas D flor

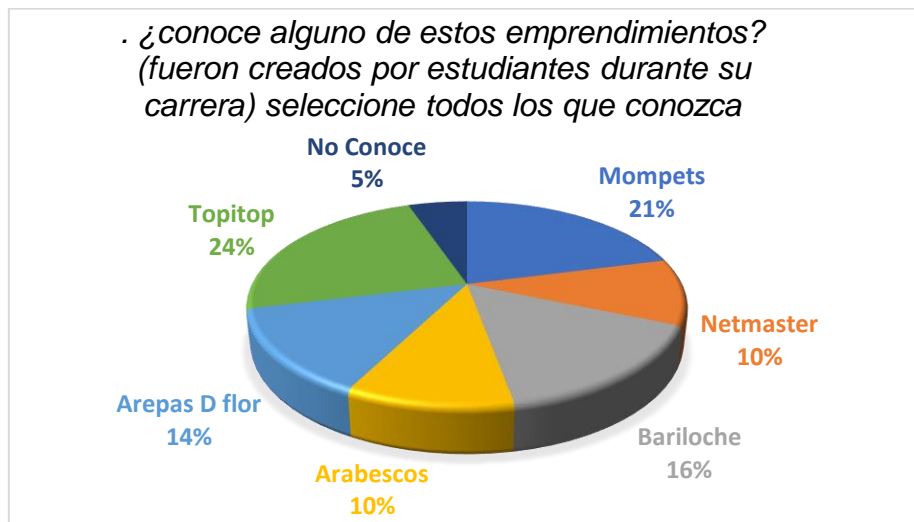


Figura 8. Resultado pregunta 5

Se puede evidenciar que el 95% de los estudiantes conoce al menos 1 emprendimiento creado durante el desarrollo del programa de administración de empresas, sin embargo, el 5% manifiesta no conocer ninguno, se debe dar más exposición a nuevos y antiguos emprendimientos a sus colegas para generar sentido de pertenencia.

6. ¿Considera importante tener más eventos, herramientas y experiencias que ayuden al estudiante a desarrollar su idea de negocio y seguidamente crear su empresa?

\_\_\_\_ *Muy importante*    \_\_\_\_ *Importante*    \_\_\_\_ *Poco importante*  
\_\_\_\_ *Sin importancia*



*Figura 9. Resultado Pregunta 6*

De 203 estudiantes encuestados el 96% considera importante e indispensable generar más espacios, herramientas y experiencias donde se puedan desarrollar ideas de negocios y seguidamente ir las realizando durante el programa.

## **7.7 RECURSOS HUMANOS**

- **EMPRESA:**

- ✓ Gerente
- ✓ Departamento de marketing
- ✓ Departamento de compras
- ✓ Departamento de contabilidad
- ✓ Atención al cliente

- **UNIVERSIDAD**

- ✓ Departamento Administrativo de la Seccional Girardot
- ✓ Bienestar Universitario
- ✓ Interacción Social Universitaria
- ✓ Docentes

## **7.7 RECURSOS MATERIALES**

- **EMPRESA**

- ✓ Inmueble
- ✓ Muebles y equipo
- ✓ Servicios públicos
- ✓ Bolsas de empaque
- ✓ Materia prima

## **7.8 RECURSOS INSTITUCIONALES**

- **UNIVERSIDAD**

- ✓ Biblioteca
- ✓ Aulas virtuales
- ✓ Aulas de clase
- ✓ Laboratorio
- ✓ Salas de computo
- ✓ Auditorio

## **7.9 RECURSOS FINANCIEROS**

- **Empresa**

- ✓ Dinero en efectivo:
- ✓ Utilidades

## **8 PROCESOS DE CREACIÓN Y GESTIÓN DESDE LA IDEA DE NEGOCIO HASTA LA CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA TOPITOP A&L.**

### **8.1 ANTECEDENTES E IDEA DE NEGOCIO TOPITOP A&L**

Todo inicia en el programa de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca seccional Girardot, durante los primeros 4 semestres en distintos núcleos temáticos se impulsaba a la generación de emprendimientos en papel, desde la idea, hasta la creación del producto, desarrollando así habilidades de creatividad, imaginación y trabajo en equipo, se produjeron diversas ideas de emprendimiento llevándolas hasta el punto productivo, sin embargo en algún punto estos emprendimientos quebraban, se podía observar cómo durante el año se realizaban diferentes actividades y eventos para impulsar el emprendimiento, ferias empresariales, charlas con empresarios de la ciudad para poder inspirarnos, se continuó en 5,6 y 7 semestre donde se profundizaba más en los procesos de creación de empresa, con bases más fuertes y elaborando prototipos de los productos a comercializar, con ayuda de los docentes se iban formando estos emprendimientos, en una de las clases de marketing surgió una idea de venta de ropa para dama como cualquier idea de negocio para desarrollar durante el semestre, se crearon canales de comunicación como, Facebook, Instagram, WhatsApp, y se empezó a vender vía Instagram únicamente sobre pedido, ya que no se tenía el presupuesto para tener inventarios, las ventas se movían muy bien y el emprendimiento crecía diariamente, se emplearon diversas estrategias para poder llegar a más personas tanto en la ciudad de Girardot como a nivel nacional en todo Colombia, haciendo videos, fotos, historias y logrando una conexión directa con el consumidor, a medida que el emprendimiento crecía se iba

implementando lo que durante el programa se iba aprendiendo, generando un crecimiento exponencial en la ciudad, aumentando rápidamente de seguidores y así mismo ventas.

## **8.2 CREACIÓN TOPITOP A&L**

Se trabajo durante dos años de manera virtual y sobre pedido y creciendo únicamente en redes y comunidad. Cuando esta era muy grande, se empezó a hacer un estudio de mercado para saber si era favorable tener una tienda física para lograr incrementar ventas, generar más conexión con cada cliente, tener una marca más distinguida y se mucho más estables, se empezó a implementar lo aprendido, encuestas a las seguidoras de Instagram para saber si les parecía una idea, si comprarían en la tienda física, se tuvieron asesorías por parte del CITGO (Centro de Innovación y Gestión Organizacional) para poder establecer metas.

Muchos comentarios positivos empezaron a llegar, logrando motivación para seguir en pie con el proyecto, se formalizó la empresa en cámara de comercio, industria y comercio, se hizo inventarios, se definió el valor mínimo de venta diario, gastos e inversión en mercancía, se tuvo una asesoría con distintos docentes para preguntar qué tan viable veían la empresa y que paso debíamos seguir, se buscó un local que cumpliera con las características establecidas y que estuviera dentro del presupuesto, se dio inicio del montaje y adaptación de este, para luego dar paso a la inauguración y empezar a generar ventas.

Topitop A&L fue un éxito y empezó la gestión diaria para mantener en pie la empresa y sobre todo tener un crecimiento constante, el local se inauguró en octubre de 2021 y los siguientes meses noviembre- Diciembre las ventas fueron excelentes al ser temporada alta, pero luego luego enero, febrero y marzo, los meses más difíciles y duros para los comerciantes, sin embargo gracias a las estrategias planteadas en redes sociales, publicidad, actividades, sorteos y

nuevas colecciones, esos meses no fueron caóticos, la gestión ha sido muy positiva y continuamente se buscan maneras de poder mejorar y generar aún más crecimiento.

Gracias a la inauguración de local físico las ventas incrementaron en un 80% y mes a mes seguía aumentando, logrando tener gran flujo de efectivo, sin deudas, 4 colaboradores, una comunidad de más de 15.000 seguidores, 800 contactos en base de datos, nuevas clientes diariamente, crecimiento continuo en redes sociales y en busca de la expansión a nivel nacional.

### **8.3 GENERALIDADES DE LA EMPRESA TOPITOP A&L**

Topitop A&L es una boutique exclusivamente femenina, cuenta con 3 años de experiencia, 2 de manera virtual y sobreviviente de la pandemia por Covid 19, 1 año con tienda física, ofrece gran variedad de productos para dama, como bolsos, calzado, blusas, short, vestidos, jeans, busca inspirar a las mujeres a vestirse para sentirse lindas y seguras de sí misma, la atención al cliente es parte fundamental para que cada una de la clientes se sienta cómoda al comprar reforzando esto con redes sociales para que todas puedan tener acceso a las prendas desde cualquier lugar.

### **8.4 NEGOCIO**

#### Misión

Topitop es una tienda dedicada a la venta de prendas juveniles en referencias nacionales e importadas de alta calidad, con el fin de satisfacer la necesidad de lucir siempre atractivas y seguras, superando las expectativas de cada una de nuestras usuarias, a través de nuestro servicio y variedad de prendas disponibles

en el punto físico. Además de ofrecer un ambiente acogedor, agradable donde cada una de ellas se sientan totalmente a gusto.

#### Visión

Topitop se proyecta en los próximos 5 años ser la boutique más reconocida a nivel regional y nacional, con instalaciones en puntos estratégicos en diferentes ciudades del país.

Obteniendo principalmente un mayor posicionamiento en el mercado, con la variedad de prendas, calidad y precios asequibles.

#### El lugar ideal para ir de compras

Topitop A&L es considerada la boutique perfecta e ideal para adquirir las prendas en tendencia del momento, con calidad, accesibilidad y un lugar agradable y lindo para ir continuamente, con colecciones nuevas cada semana.

#### Experiencia de compra

En Topitop se busca que cada clienta viva una experiencia de compra que desee repetir, donde la asesora y la cliente entren en confianza y puedan hablar acerca de las prendas que más le gustan y con las que más se siente cómoda, que sea un trato amistoso.

De la misma manera la atención por canales como WhatsApp e Instagram, se brinda atención personalizada a cada cliente respondiendo a todas las dudas de manera rápida y específica.

#### Principios y valores Topitop A&L

- Respeto
- Trabajo en equipo
- Creatividad
- Confianza
- Tolerancia

- Enfoque en el cliente
- Comunicación

## **9 HERRAMIENTAS EXPERIENCIAS O ACTIVIDADES BRINDADAS POR EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PARA LA IDEACIÓN / CREACIÓN DE TOPITOP A&L**

### **9.1 EXPOUCUNDINAMARCA**

Evento empresarial, académico, deportivo, gastronómico, y ensamble cultural cuyo propósito fue fomentar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas a través de estrategias E-commerce, innovación, creatividad y posicionamiento de marca en cada una de las seccionales y extensiones donde la universidad hace presencia: provincia del alto Magdalena, región del Sumapaz, Ubaté, Sabana Centro y Occidente<sup>26</sup>.

Es una de las herramientas o actividades realizadas en la universidad con mayor receptividad por parte de estudiantes y además personas externas ya que es un evento de libre acceso donde diversos estudiantes tienen la oportunidad de mostrar su servicio o producto e incluso idea de emprendimiento logrando captar nuevos clientes e incentivando el reconocimiento de su proyecto.

*Figura 10. ExpoUcundinamarca*

---

<sup>26</sup> Universidad de Cundinamarca 2020 Recuperado de <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/expo-ucundinamarca#:~:text=Cabe%20destacar%20que%20expoucundinamarca%20es,Universitario%20y%20dem%C3%A1s%20unidades%20acad%C3%A9micas>.





*Fuente. propia*

Este evento es el más esperado en el año tanto por estudiantes y profesores ya que se pone en evidencia el trabajo de varios semestres y el esfuerzo continuo que se tiene para lograr eventos de esta magnitud, la logística, el orden y el trabajo en equipo.

En este evento también se cuenta con la participación de diversos empresarios de la región, donde comparten su experiencia creando y gestionando empresa y motivan a otros con sus historias a atreverse a tener empresa, es una oportunidad para los estudiantes y asistentes para poder hacer preguntas y tener un punto de vista de alguien que ya ha pasado por diversas etapas y cuenta con la experiencia necesaria para poder brindar una respuesta acertada a partir de su vivencia.

*Figura 11. ExpoUcundinamarca cronch*



*Fuente Facebook Universidad de Cundinamarca*

Durante los años que se estuvo en pandemia la ExpoUcundinamarca se adaptó a las circunstancias y se llevaron a cabo diversos Facebook Live donde se trataban

temas acerca de emprendimiento, charlas con expertos, buscando a través de la distancia lograr esa conexión y compartir información valiosa para todos aquellos emprendedores que debían innovar para mantener en pie sus negocios.

Algunos eventos realizados durante pandemia que aportaron mucho para esos momentos de angustia e incertidumbre fueron:

## **9.2 SIMPOSIO EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**

Este fue un espacio de interacción en el cual se conectaron 820 personas de la comunidad académica de la Universidad de Cundinamarca en búsqueda de intercambio y actualización de conocimientos sobre Emprendimiento e Innovación Tecnológica, donde se realizó la muestra industrial. El evento tuvo una gran interacción entre los asistentes logrando 1195 comentarios, dentro de los cuales se encuentran los siguientes, en los cuales se evidencia interacción y aprovechamiento del espacio.<sup>27</sup>

## **9.3 FORO INTERNACIONAL LATINOAMERICANO MUJER Y LIDERAZGO**

Espacio de socialización de experiencias y conocimientos en liderazgo femenino, en donde se logró interactuar con 201 personas en la transmisión de Facebook Live, el mensaje de empoderamiento femenino fue bien recibido por los asistentes.<sup>28</sup>

Donde se motivó a muchas mujeres a la independencia y liderazgo, dejando un mensaje de capacidad y empoderamiento femenino, mostrando que las mujeres son capaces de crear y liderar empresas.

---

<sup>27</sup> Universidad de Cundinamarca 2020 resultados expoucundinamarca recuperado de <http://www.ucundinamarca.edu.co/interaccionuniversitaria/index.php/de-interes/cac/cac-expoucundinamarca-resultados>

<sup>28</sup> Ibid Universidad de Cundinamarca 2020

#### **9.4 IV CONGRESO INTERNACIONAL EN GESTIÓN ORGANIZACIONAL**

El IV Congreso representa un espacio para la reflexión y el análisis de la empresa del Siglo XXI promoviendo la integración Universidad – Empresa - Estado, como vía para el avance de la gestión de las organizaciones; socializando avances o resultados de investigaciones de interés nacional e internacional, tanto en el sector público como privado; aportando en la generación de nuevo conocimiento relevante en el diseño de políticas, para el desarrollo económico y social.<sup>29</sup>

#### **9.5 STARTUP WEEKEND**

Startup Weekend fue un evento intenso de 54 horas en el que personas apasionadas de varios perfiles (principalmente desarrolladores de software, diseñadores gráficos y gente de negocios) se reúnen en equipos alrededor de una idea con el potencial de convertirse en una empresa basada en internet. Startup weekend es una oportunidad perfecta para hacer realidad una idea, aprender en tiempo récord sobre las etapas necesarias para formar una empresa en internet y establecer contactos fundamentales con otros profesionales de la industria.<sup>30</sup>

*Figura 12. Starupweekend*

---

<sup>29</sup> Ibid Universidad de Cundinamarca 2020

<sup>30</sup> Techstars startup weekend 2018 recuperado de <https://app.sikuani.net/events/98/register>



*Fuente. propia*

Este evento, paso a ser una herramienta fundamental para la creación de Topitop A&L, durante 3 días se creó una empresa con estudiantes de diferentes sedes de la Universidad de Cundinamarca, logrando tener diferentes puntos de vista y así poder llevar a la realidad más cercana posible la idea de negocios, sirvió para desarrollar habilidades en un plazo muy corto de tiempo, desde marketing hasta la parte financiera, para finalmente exponerlo ante expertos y evidenciar los errores y aciertos durante el evento.

También permitió conocer diferentes estudiantes con habilidades muy particulares que complementaban el equipo, adquirir contactos y aprender la habilidad de trabajo en equipo bajo mucha presión, con tiempo limitado y cumplimiento de metas específicas.

*Figura 13. Startupweekend grupo*



Se contó con acompañamiento continuo para preguntas, y para el proyecto ganadores se dio todas las herramientas necesarias para lograr que ese proyecto se hiciera realidad.

Este evento que se llevó a cabo en el año 2018 también permitió conocer y compartir con diferentes personas entre ellas el rector de la universidad Adriano Muñoz, con quien se pudo tener un acompañamiento en el evento, quien también aportó su opinión frente a los proyectos presentados.

*Figura 14. Startup weekend. Rector Adriano Muñoz*



*Fuente. Propia*

## 9.6 CITGO

El Centro de Innovación Tecnología y Gestión Organizacional (CITGO), es una iniciativa para la formalización de un centro de asesoría, consultoría y apoyo especializado, inicialmente adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables para estar dedicado al permanente análisis y evaluación de los procesos organizacionales, con el propósito fundamental de formular y orientar propuestas de interacción universitaria en beneficio de la comunidad académica y del sector productivo local, regional, departamental y nacional.<sup>31</sup>

El Centro de Innovación y Gestión Organizacional CITGO se concibe como un espacio de atención, asesoría y consultoría en la Universidad de Cundinamarca, dónde los investigadores, innovadores, emprendedores y las Mypymes de los diferentes sectores económicos y disciplinas, puedan encontrar servicios integrales de apoyo para la consolidación de proyectos productivos y crecimiento empresarial.<sup>32</sup>

*Figura 15. Reunion con Citgo*



*Fuente. Propia*

---

<sup>31</sup> Trabajo de grado Pasantía CITGO 2017 por Betha Campo

<sup>32</sup> Ibid Bertha Campo

El CITGO una herramienta fundamental para el desarrollo de Topitop A&L gracias a sus consultorías, asesorías y atención constante, donde busca consolidar continuamente la marca y poder ayudar a crecer la empresa aumentando los niveles de productividad, en el CITGO se logra esa transferencia de conocimiento indispensable para lograr cumplimiento de metas y objetivo empresariales, teniendo en cuenta que no solamente se ayuda a estudiantes si no en general a MYPYMES que lo necesiten, por lo tanto es una herramienta a la que Topitop A&L seguirá accediendo para diferentes consultas y asesorías.

Durante el proceso en CITGO de Topitop A&L se tuvo asesoría y mentoría en emprendimiento e innovación, desarrollo emprendedor y en ejes de entrenamiento se participó en empresario padrino, desing tinkering, diplomado en emprendimiento, startup weeken, para lograr diferentes ayudas en el emprendimiento Topitop A&L y sobre todo que diferentes personas empezaran a conocer e identificar la marca.

*Figura 16. Reunion Citgo grupal*



*Fuente.Propia*

En CITGO se maneja una estructura de funcionamiento que busca lograr cambios positivos en diversos emprendimientos, empresas o MYPYMES.

- **Ecosistema de emprendimiento:** Organización y perfilación de roles de acuerdo con una estructura psicológica, sociológica acorde para los factores del talento humano.
- **Mercadeo y ventas:** Alianza estratégica con entes externos públicos y privados. Consecución de convenios
- **Formulación y evaluación de proyectos:** Estructura financiera para la formación y ejecución de los proyectos, herramientas metodológicas de evaluación de proyectos, adecuación a políticas y lineamiento económicos tributarios
- **Liderazgo:** Direccionamiento Estratégico para la gestión empresarial
- **Diseño y desarrollo de producto:** Diseño y desarrollo de producto<sup>33</sup>

## 9.7 DESAYUNOS EMPRESARIALES

Es un evento de esparcimiento, donde se reúnen diferentes empresarios de la región a conversar diferentes temas de interés, a contar su experiencia creando y gestionando empresa, también dando a conocer diferentes proyectos que tiene la universidad y conocer sus opiniones, sugerencias e incluso poder lograr algún tipo de convenio que pueda traer beneficios tanto a los estudiantes como a los empresarios.

---

<sup>33</sup> Recuperado de diapositivas brindadas por CITGO portfolio de servicios.



Topitop A&L participo en estos desayunos empresariales con el fin de dar a conocer su emprendimiento y además generar contactos importantes que le puedan servir para diferentes proyectos futuros.

Se logra conectar a estudiantes que recién están empezando a emprender junto a empresarios exitosos que llevan años de experiencias y pudieran aprender de ellos, e incluso los empresarios podrán conocer ideas más frescas y atrevidas por parte de estudiantes jóvenes.

*Figura 17. Primer desayuno empresarial*



*Fuente. Propia*

Estos encuentros generan espacios importantes que llevan a la realidad ambos extremos; los emprendedores jóvenes y los empresarios con años de experiencia, de esta manera ambos pueden compartir su experiencia desde diferentes puntos de vista.

Los empresarios invitados de la región podrán evidenciar las acciones que tiene la universidad para generar el espíritu emprendedor en sus estudiantes y poderlo compartir con sus cercanos y lograr esa visibilidad hacia la comunidad.

## **9.8 DIPLOMADO EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN**

Se participo en un diplomado en emprendimiento e innovación dirigido por Julián Huertas donde diferentes emprendedores llevaban su idea de negocio o

emprendimiento y se implementaron diferentes estrategias para escalarlo, con ayuda del tutor, se establecían mejoras, diseño de producto, marketing, reconocimiento de marca, finanzas, propuesta de valor.

Durante el desarrollo del diplomado se establecían diferentes presentaciones, con un pitch para lograr vender el producto, se tiene ayuda del docente y compañeros, se hacían diferentes aportes y correcciones para mejorar el producto final y la presentación. Hasta el punto de llevar este proyecto ante inversores buscando poder obtener una posible inversión para hacer realidad el proyecto o escalarlo a un nuevo punto.

*Figura 18. Diplomado emprendimiento*



*Fuente. Propia*

Gracias a este diplomado se pudieron desarrollar diferentes habilidades, necesarias para la creación de empresa, se logra llevar y aterrizar ideas de negocio y poder evidenciar que tan rentable puede ser, contando con asesorías de diferentes docentes expertos en varias áreas: marketing, finanzas, gestión humana, de esta manera se podía ver la posibilidad de tener un proyecto exitoso desde diferentes puntos.

## **9.9 PRIMER ENCUENTRO DE EMPRENDIMIENTO UDECINO 2022**

Por primera vez en la Universidad de Cundinamarca se llevo a cabo el primer encuentro de emprendimiento Udecino, donde diversos estudiantes y emprendedores externo prepararon sus pitch, presentaciones, productos, servicios para compartir con los asistentes, con una gran participacion en el auditorio.

Topitop A&L fue invitado como emprendimiento, esta presentacion ante el publico permitio que la marca se diera a conocer, generara interaccion en redes sociales, los asistentes generaran conexión con las ponentes y entendieran como inicio el emprendimiento y la manera como ha logrado posicion, conexión, crecimiento y gran reconocimiento de marca no solo en el municipio si no tambien en redes sociales a nivel nacional.

Este evento trajo consigo muchos beneficios para los participantes emprendedores , ya que tuvieron la oportunidad de mostrar sus productos o servicios ante una cantidad de personas presentes interesadas en escuchar y apoyar el talento del municipio.

Evento organizado por un grupo de la universidad, quienes se esforzaron por atraer asistentes para lograr el impacto que los emprendedores buscaban.

Figura 19. Primer Encuentro de emprendimiento Udecino



*Fuente. Propia*

Topitop A&L desarrollo habilidades importantes para poder lograr el impacto que requerían, la presentación con imágenes ilustrativas que llamaran la atención, la historia de creación e ideación del emprendimiento, contar y conectar con la audiencia como poco a poco se lograba la creación del local de comercio, mostrar un video emotivo para que recordaran Topitop incluso después de la presentación y se finalizó con la entrega de tarjetas y un dulce para alegrar corazones.

## **10 PUNTUALIZAR LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO, MODELO DE NEGOCIO Y GESTIÓN DE PROYECTOS QUE PERMITIERON LA EJECUCIÓN DE LA EMPRESA TOPITOP A&L.**

### **10.1 ESTRATEGIA DE MERCADEO.**

Topitop A&L inicio su actividad comercial a través de redes sociales, por lo tanto, su enfoque principal siempre fue generar reconocimiento, recordación y caracterización de la marca, la implementación de diversas estrategias, actividades y enfoques en marketing fueron claves para poder posicionarse en Instagram y Facebook, no solamente en la ciudad de Girardot, si no aprovechando el gran alcance de las redes poder tener clientes y ventas desde cualquier ciudad de Colombia, brindando confianza a cada una de las seguidoras para depositar su dinero en productos que no podían tocar ni sentir.

Estas estrategias de marketing se llevaron a cabo de manera autónoma y empírica, fallo y error, logrando que se desarrollaran diferentes habilidades durante su proceso, así recabando información según los resultados y entendiendo de primera mano que estrategias habían funcionado y cuales debían ser desechadas-

#### **Igtv – instagram**

**IGTV** (También conocido como Instagram TV) es una aplicación de vídeo vertical creada por Instagram hecha principalmente para teléfonos inteligentes. A

diferencia de Instagram, permite a los usuarios cargar vídeos verticales de hasta 10 minutos o hasta 60 minutos.<sup>34</sup>

Se implemento en Instagram desde el 2018 y fue la principal estrategia de mercadeo que uso Topitop A&L se quería lograr conexión con las clientas y atraer a nuevas,

El 23 de febrero de 2020 Topitop A&L subió su primer IGTV donde una de las creadoras hablaba de las prendas disponibles, su textura, tela, estilo, las mostraba detalladamente, y hacia una charla muy amena y agradable para las personas que la veían, en ese momento en la ciudad de Girardot ninguna tienda se había atrevido a usar este recurso que brindaba Instagram, por lo que el recibimiento de los usuarios y las reacciones fueron un éxito, y las ventas de las prendas que se mostraban en el video se dispararon.

### **Stories**

Una de las estrategias más fuertes de Topitop A&L son las stories en Instagram, son videos cortos de 15 segundos cada uno, tienen una duración de 42 horas y luego desaparecen ,estas permiten conexión, se muestran cosas de interés para las seguidoras, se puede hablar con ellas, hacer preguntas, encuestas, incluir música, son una herramientas fundamental para generar contenido diariamente y mantener a las clientes conectadas e informadas de las nuevas colecciones o planes que se tengan en la tienda, ha sido la principal herramientas para generar contenido valioso y recordación, ya que todos los días se suben y se mantiene la expectativa de lo que la tienda pueda publicar.

### **Contenido diario**

Topitop A&L se ha caracterizado por la constancia, disciplina, persistencia y contenido diario, de lunes a sábado siempre abra contenido nuevo disponible en la stories, ya se tiene una secuencia y las clientes sabes que diariamente tendrán

---

<sup>34</sup> Que es IGTV 2022 Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/IGTV>

contenido nuevo al cual recurrir, ideas de outfits, nuevas colecciones, preguntas y respuestas, anécdotas, se sabe que cuando se deja de hacer contenido en una semana ya las personas empiezan a olvidar, por eso es indispensable ser constantes , hacer y publicar cosas interesantes para que los seguidores se queden o se animen a seguirnos.

### **Fotografías Propias**

Inicialmente cuando se creó el Instagram de Topitop A&L las publicaciones del feed y las stories eran fotografías brindadas por el proveedor, por lo tanto, no se distinguía de otras páginas, parecía uno más, no era lo que se quería lograr, se buscaba resaltar, ser diferentes, que se nos caracterizará, así que desde el 2020 Topitop A&L empezó a crear su propio contenido, tomar las propias fotos y mostrar el producto realmente como es, generando confianza, distinción y recordación, además de crear y darle el estilo que más se quisiera al perfil y añadiendo propiedad intelectual a cada foto con marca de agua.

### **Campañas pagas social ads**

La publicidad en redes sociales es uno de los recursos más poderosos para lograr los objetivos de un negocio, Hoy en día, esta solución publicitaria se adapta a todo tipo de empresas, de presupuestos y de necesidades. Las empresas cada vez tienen más presencia en este canal, gracias a sus buenos resultados y a que las audiencias potenciales se encuentran allí.<sup>35</sup>

Topitop A&L ha usado en pocas ocasiones la publicidad, considera que el crecimiento orgánico es más poderoso, pues los clientes llegan por interés propio y gracias al algoritmo se logra llegar a nuevas personas que le interesan artículos o productos similares a los que Topitop ofrece.

---

<sup>35</sup> Cyberclick 2019 recuperado <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-ventajas-y-beneficios>

La publicidad permite incrementar rápidamente la publicidad en algo específico, sea el feed, el inicio, un producto, un video o alguna nueva colección, además de poder establecer un público o audiencia en específico, según edad, preferencia, orientación, país incluso por ciudad, logrando llegar al nicho de mercado valioso para cada empresa.

Por otro lado, permite publicitar con un presupuesto muy bajo, desde 10.000 cop es posible dar visibilidad a un producto además de poder tener un control exacto de cuando dinero cuesta cada visualización por persona.

## **10.2 MODELO DE NEGOCIO**

Un modelo de negocios es un instrumento que permite tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado. Estos modelos tienen que ser claros y definir las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos de un negocio. A través de un modelo de negocios se debe distinguir cuál es el valor de un producto, qué se necesita para insertarlo en el mercado y a qué tipo de clientes se venderá.<sup>36</sup>

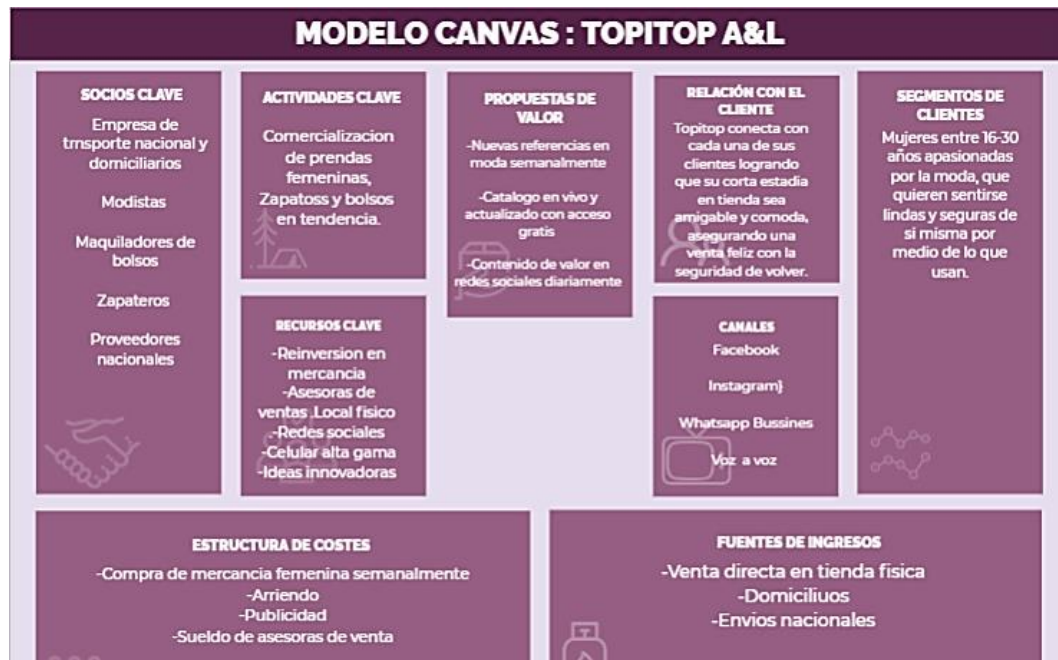
Para Topitop A&L, así como cualquier empresa es indispensable tener claro su modelo de negocio para poder comprender y tener claro como ira desarrollando su empresa buscando cumplir con los propósitos planteados desde un principio, además gracias a este se entiende claramente lo que se necesita para poder iniciar cualquier proyecto, y definirlo mostrara el valor del proyecto, los clientes y su segmentación, cuanto están dispuestos los clientes a pagar por ella y cuando costara producirla.

### **Modelo Canvas**

*Figura 20. Modelo Canvas*

---

<sup>36</sup> Modelo de negocios camilo Clavijo 2022 recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio>



Fuente. Propia

El modelo de negocio de Topitop tiene las siguientes características / componentes:

### Oferta de valor

Topitop desde sus inicios ofrecía como oferta de valor buscando dar solución a una situación recurrente en la ciudad de Girardot.

Problemática: En la ciudad de Girardot, no se encontraba una tienda o página que ofreciera prendas de vestir en tendencia, diseños exclusivos y que estuvieran de moda en el momento, o si se encontraba era a un precio alto y de difícil adquisición, adicionalmente en el momento de pandemia muchas tiendas físicas de la ciudad cerraron dejando esa brecha abierta,

Topitop encontró esa oportunidad y empezó a ofrecer productos en tendencia sumándole estrategias de mercaderero y recordación de marca, para que las personas desde su hogar en pandemia pudiera ver los productos disponibles y pedirlos, Topitop para complementar su servicio ofrecía domicilios donde la cliente



podía escoger que prendas que deseaba ver y podía medirse, la atención al cliente se convirtió en la mejor forma de resolver la problemática, además de estar a la vanguardia de la moda ofreciendo productos que están en tendencia.

### **Definición de clientes**

Topitop A&L desde sus inicios fue lo primero que definió, quienes serían sus clientes, para así mismo enfocarse en prendas y productos que le gustaran a este segmento.

Mujeres jóvenes entre 16-30 años con gustos por la moda, interesadas en adquirir nuevas prendas y verse bien, estratos 2-3-4

Este segmento es fundamental para atinar a los productos que se buscan comercializar y poder acertar en ventas, buscando que cada una de las clientas se sienta cómodas a la hora de comprar.

### **Canales**

Para Topitop fue sencillo establecer sus canales de comunicación con clientes, las redes sociales fueron el principal canal para poder conectar y mostrar los productos disponibles.

- *Instagram* con 10.000 seguidores, donde se muestran diariamente los productos disponibles y las nuevas colecciones, gracias a este canal conocen la marca, se implementan campañas de publicidad para alcanzar nuevas personas interesadas en los productos.
- *Whatsapp bussines* con más de 1000 contactos es el siguiente canal usado como comunicarse con los clientes, y ofrecer diferentes ofertas o descuentos aquellos que están agregados, además ofrece una comunicación más fluida y fácil.

- *Facebook* es un canal creado y con contenido actualizado, pero la comunicación con las clientes se ve afectada, por esta razón no es muy usada.
- *Voz a voz* este canal es uno de los más valiosos ya que las buenas opiniones y recomendaciones son el arma más fuerte para generar visibilidad, gracias al buen servicio, productos y atención la voz a voz ha logrado que el punto físico tenga nuevas clientes diariamente.
- *Tarjetas y folletos* este canal también es aplicado en diversos eventos a los que son invitados Topitop para generar reconocimiento y recordamiento de marca.

### **Participantes**

Gerente

Directora marketing

Modelos

Área financiera

Fotógrafo

Asesores de ventas

Domiciliario

### **10.3 PROPUESTA DE VALOR**

La boutique TOPITOP A&L, busca lograr que sus usuarias además de adquirir prendas que las hagan lucir bellas y seguras, puedan sentirse dentro de su entorno de confianza, creando un vínculo más fuerte, obteniendo la fidelización de cada una de ellas.

Además, se proponen asesorías personalizadas con el fin de que cada una de ellas lleve las prendas adecuadas para la ocasión, o el gusto y preferencia de cada una. Como objetivo salgan satisfechas y seguras de sus compras; siendo un pilar fundamental la atención que se brinda.

Tiene como objetivo darle al cliente una idea clara, concisa y transparente de cómo un negocio en particular puede ser relevante para él.

Desarrollar esta idea es uno de los pasos clave de cualquiera estrategia de planificación. Es un error comenzar un nuevo negocio sin tener este concepto bien formulado. Cada empresa se funda sobre la base de pilares de actuación y de prácticas ante el mercado y el público. Estas ideas deben guiar la propuesta de valor y a partir de ellas este negocio ofrecerá sus productos o servicios al público.<sup>37</sup>

## **10.4 ESTUDIO DE MERCADO**

Este tipo de revisiones tienen el cometido de informar a las empresas lo más posibles respecto al comportamiento de sus mercados de interés, es decir, de sus eventuales o actuales consumidores, para ayudarlas a definir su estrategia empresarial. Si un estudio de mercado arroja escenarios de mucha ganancia y crecimiento en un área novedosa, la empresa puede invertir dinero en ese nicho del mercado; si en cambio arroja datos peligrosos, la empresa actuará de manera más cautelosa. Los estudios de mercado son clave en la toma de decisiones.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Propuesta de valor Edgar Higuerey 2019 recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/propuesta-de-valor/>

<sup>38</sup> Estudio de mercado etece 2021 recuperado de <https://concepto.de/estudio-de-mercado/>

Debido a que Topitop inicio en redes sociales, su estudio de mercado de baso en las clientes que tenían en su cuenta de Instagram, que las seguían, que conocían su proceso y su marca.

Ya se tenía claro que las prendas que se comercializaban tenían alta rotación y buena aceptación en el mercado, sin embargo, tomar la decisión de inaugurar tienda física se debía contar con la opinión de las clientes, así que se implementaron.

Encuestas vía stories en Instagram: El método que se utilizó para poder establecer que tan viable era tener una boutique física en la ciudad de Girardot, fueron las encuestas en Instagram donde a las seguidoras podían dar su opinión respecto a diversas preguntas que se les hacía, si les gustaría una tienda física de Topitop, si asistirían recibiendo respuestas positivas por lo que se tomó la decisión de hacerlo realidad.



Figura 21. Red social Facebook    Figura 22. Red social Instagram    Figura 23. Local actual

## 11. GESTION FINANCIERA TOPITOP A&L

## 11.1 ESTADO DE RESULTADOS

<b>TOPITOP A&amp;L</b>		
<b>Nit 1.003.634.159-5</b>		
<b>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES COMPARATIVOS</b>		
<b>AÑOS 2020-2021</b>		
<b>Ingresos</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Venta	\$ 110.347.890	\$ 180.320.255
<b>Total ingresos operacionales</b>	<b>\$ 110.347.890</b>	<b>\$ 180.320.255</b>
Costo de ventas	\$ 62.789.000	\$ 104.987.000
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 47.558.890</b>	<b>\$ 75.333.255</b>
Gastos operacionales de administracion	\$ 8.876.000	\$ 12.560.000
Gastos operacionales en ventas	\$ 5.678.000	\$ 8.456.000
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 33.004.890</b>	<b>\$ 54.317.255</b>
Ingresos no operacionales (arrendamiento)	0	\$ 9.600.000
Otros gastos	\$ 3.456.000	\$ 7.654.000
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 29.548.890</b>	<b>\$ 56.263.255</b>
Provision impuesto de renta	\$ 0	\$ 0
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 29.548.890</b>	<b>\$ 56.263.255</b>

*Tabla 1. Estado de resultados*

## 11.2 PROYECCIONES DEL ESTADO DE RESULTADOS EN LOS PROXIMOS 3 AÑOS

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTOS	2020	2021	2022	2023	2024
Venta	\$ 110.347.890	\$ 180.320.255	\$ 198.943.264	\$ 208.970.005	\$ 219.502.093
Costo de ventas	\$ 62.789.000	\$ 104.987.000	\$ 110.236.350	\$ 115.748.168	\$ 121.535.576
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 47.558.890</b>	<b>\$ 75.333.255</b>	<b>\$ 88.706.914</b>	<b>\$ 93.221.837</b>	<b>\$ 97.966.517</b>
Gastos operacionales de administracion	\$ 8.876.000	\$ 12.560.000	\$ 13.188.000	\$ 13.188.000	\$ 13.188.000
Gastos operacionales en ventas	\$ 5.678.000	\$ 8.456.000	\$ 8.709.680	\$ 8.970.970	\$ 9.240.100
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 33.004.890</b>	<b>\$ 54.317.255</b>	<b>\$ 66.809.234</b>	<b>\$ 71.062.867</b>	<b>\$ 75.538.418</b>
Ingresos no operacionales (arrendamiento)	0	\$ 9.600.000	\$ 9.888.000	\$ 10.184.640	\$ 10.490.179
Otros gastos	\$ 3.456.000	\$ 7.654.000	\$ 7.883.620	\$ 8.120.129	\$ 8.363.732
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 29.548.890</b>	<b>\$ 56.263.255</b>	<b>\$ 68.813.614</b>	<b>\$ 73.127.378</b>	<b>\$ 77.664.864</b>
Provision impuesto de renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 29.548.890</b>	<b>\$ 56.263.255</b>	<b>\$ 68.813.614</b>	<b>\$ 73.127.378</b>	<b>\$ 77.664.864</b>

Tabla 2. Proyecciones

## 11.3 BALANCE GENERAL

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVOS		
AÑOS 2020-2021		
Activos	2020	2021
<b>Activo corriente</b>		
Efectivo en caja y bancos	\$ 36.020.890	\$ 72.841.255
Inventarios de mercancías	\$ 42.906.000	\$ 69.780.000
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 78.926.890</b>	<b>\$ 142.621.255</b>
<b>Activo no corriente</b>		
Propiedad, planta y equipo	\$ 3.500.000	\$ 15.450.000
Depreciacion acumulada	\$ 700.000	\$ 3.090.000
<b>Total activo no corriente</b>	<b>\$ 2.800.000</b>	<b>\$ 12.360.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 81.726.890</b>	<b>\$ 154.981.255</b>
<b>Pasivos</b>		
Cuentas x pagar	\$ 2.987.000	\$ 6.798.000
Impuesto sobre la renta por pagar	\$ 0	\$ 0
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 2.987.000</b>	<b>\$ 6.798.000</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital	\$ 49.191.000	\$ 91.920.000
Utilidad neta	\$ 29.548.890	\$ 56.263.255
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 78.739.890</b>	<b>\$ 148.183.255</b>
<b>Pasivo + patrimonio</b>	<b>\$ 81.726.890</b>	<b>\$ 154.981.255</b>

Tabla 3. Balance general

## 11.4 FLUJO DE CAJA

TOPITOP A&L			
Nit 1.003.634.159-5			
Flujo de caja			
AÑOS 2020-2021			
Inversion inicial		\$	
INGRESOS		2020	2021
Ingresos por la venta de productos		\$ 36.020.890	\$ 72.841.255
Otros ingresos		\$ 42.906.000	\$ 69.780.000
<b>Total ingresos</b>		<b>\$ 78.926.890</b>	<b>\$ 142.621.255</b>
Gastos operacionales en ventas		\$ 5.678.000	\$ 8.456.000
Gastos de administracion		\$ 8.876.000	\$ 12.560.000
Depreciacion		\$ 700.000	\$ 3.090.000
<b>Total egresos</b>		<b>\$ 15.254.000</b>	<b>\$ 24.106.000</b>
<b>UAI-Utilidad operacional antes de impuestos-FNE</b>	<b>-\$ 49.191.000</b>	<b>\$ 63.672.890</b>	<b>\$ 118.515.255</b>
Impuestos		\$ 0	\$ 0
Utilidad neta		\$ 63.672.890	\$ 118.515.255

Tabla 4. Flujo de caja

<b>Inversión inicial</b>	<b>\$ 49.191.000</b>
--------------------------	----------------------

## 11.5 RAZONES FINANCIERAS

RAZONES FINANCIERAS				
	Activo Corriente	\$	78.926.890	
<b>Razon Circulante</b>	Pasivo Corriente	\$	2.987.000	26,4
Por Cada peso que se adeuda a Corto Plazo, se cuenta para cubrir oportunamente la deudas.				<b>26,4</b>
	Activo Liquido	\$	72.841.255	
<b>Prueba Acido</b>	Pasivo Corriente	\$	6.798.000	10,7
<b>Liquidez Inmediata</b>	Como se carece de Inventarios, se cuenta para cancelar de forma inmediata las Deudas			<b>10,7</b>
	Activo Total	\$	154.981.255	
<b>Solidez</b>	Pasivo Total	\$	6.798.000	22,8
En este año se Dispone para cancelar cada peso que se adeuda, una garantia empresarial.				<b>22,8</b>
	Pasivo Total	\$	6.798.000	
<b>Endeudamiento</b>	Activo Total	\$	154.981.255	4%
Posee un alto nivel de endeudamiento, de los activos libres de Deudas.				<b>4%</b>
<b>Indice Propiedad</b>	Pat. o Capital Cont.	\$	91.920.000	
<b>Indep. Financiera</b>	Activo Total	\$	154.981.255	59%
La independencia Financiera en el Primer año es optima, los Activos corresponden a los Gestores de la Empresa.				<b>59%</b>

Tabla 5. Razones Financieras



## 11.6 INDICADORES FINANCIEROS

Suma ingresos	\$ 221.548.145
Suma egresos	\$ 39.360.000
Egresos+inversion	\$ 88.551.000
<b>B/C</b>	<b>5,63</b>

**Análisis B/C:** el resultado final es mayor a 1 (5,63), se puede considerar que el proyecto es financieramente rentable.

<b>VPN</b>	<b>\$ 132.997.145</b>
<b>PFNE</b>	<b>\$91.094.073</b>
<b>PR</b>	<b>0,5</b>

**Análisis:** El resultado de los indicadores VPN Y PFNE es mayor que 0, Teniendo en cuenta el VPN, se entiende que tenemos un valor de \$132.997.145 después de recuperar la inversión en un lapso de 0,5 años, lo que quiere decir que será en meses después de puesta en marcha la empresa por ende resulta ser positivo en la ejecución del proyecto hasta el día de hoy.

## 12 CONCLUSION

El programa de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca ha sido parte fundamental para el crecimiento y desarrollo de estudiantes y graduados en busca de incentivar y promover la creación de empresa, a través de herramientas, experiencias y actividades extras para tener mayor claridad y conocimientos sobre las ideas de negocio que tienen los estudiantes durante su estancia, logrando detectar las debilidades y fortalezas para contribuir al desarrollo y ejecución de dicha idea de negocio que logré suplir las necesidades del mercado, permitiendo ofrecer un producto y/o servicio innovador y sostenible al momento de salir al mercado, con el fin de obtener un gran reconocimiento y posicionamiento.

Como emprendedoras ha sido un camino difícil, lleno de muchos obstáculos, sin embargo, la satisfacción que genera poder ir todos los días y trabajar en nuestro propio local, saber que todo el esfuerzo e ideas son para nuestro beneficio es indescriptible, además poder ver cómo podemos generar nuevos empleos y dar oportunidades de crecimiento a mujeres jóvenes es un sueño hecho realidad.

Para las mujeres y personas en general, luchen por sus sueños, todo se puede lograr si se es constante y disciplinado, atrévanse a salir de su zona de confort, arriesguen, capacítense y uses todas las habilidades a su favor, los sueños si se hacen realidad tarde o temprano, solo deben tener fuerza de voluntad y mucha perseverancia

Como recomendación, cada persona se debe educar y preparar según lo que quiera lograr, la educación y el conocimiento son el poder necesario para cultivar y luego cosechar sueños.

### 13 BIBLIOGRAFÍA

Alejandra, M. (2019, September 13). Fondo emprendedor. *Rankia*.  
<https://www.rankia.co/blog/fondos-inversion-colectiva-colombia/4320100-que-fondo-emprender>

Información del Municipio. Alcaldía de Girardot. Retrieved April 6, 2022, from  
<https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

*ENDEAVOR*. (2017, November 2). Endeavor Colombia.  
<https://www.endeavor.org.co/quienes-somos/>

Producción Docente. (2020). *Memorias IV Congreso Internacional en Gestión Organizacional. La Empresa del Siglo XXI*.

Martins F., Nicole. (2020, November 19). ¿Qué es el emprendimiento? Significado de emprender en 2022. *Oberlo.es*. <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>

Wikitravel.Org. Retrieved April 6, 2022, from <https://wikitravel.org/es/Girardot>

Hernández Rodríguez, H. C. (2020). *H&D eventos, recreación y turismo*. Universidad de Cundinamarca.

*Innovación*. (2019, November 14). Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

*INNpulSA*. (n.d.). *Innpulsacolombia.com*. Retrieved April 4, 2022, from  
<https://innpulsacolombia.com/nosotros>

Producción Docente. UDEC (2017). *Marketing Digital Tendencias*.

Mesquita, R. (2018, July 23). *¿Qué es Marketing?* Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

*Opinno*. (n.d.). Opinno.com. Retrieved April 4, 2022, from <https://www.opinno.com/es/nosotros>

Redacción. (2015, August 12). *Plan de Estudio*. Concepto de - Definición de; ConceptoDefinicion.de. <https://conceptodefinicion.de/plan-de-estudio/>

Redacción, N. (2021, June 16). LA INDUSTRIA TEXTIL EN COLOMBIA PARTE 2. *Enriqueortegaburgos.com*. <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-colombia-parte-2/amp/>

Rodríguez, T. E. G. (2020). *Factores determinantes para el desarrollo del emprendimiento en la ciudad de Girardot – Cundinamarca*. Uniminuto.Edu. [https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/11744/1/T.A-GutierrezTatiana.-ToroMelissa\\_2020.pdf](https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/11744/1/T.A-GutierrezTatiana.-ToroMelissa_2020.pdf)

Ruíz Alfonso, Á. R. (2019). *Evolución y proyección de “pincel y chocolate”, un caso de emprendimiento gestado en la universidad de cundinamarca del programa de administración de empresas seccional girardot*. Universidad de Cundinamarca.

Ruíz Gómez, J. T. (2017). *Propuesta para el diseño de una aplicación móvil como guía turística y comercial del municipio de girardot cundinamarca 2017*. Universidad de Cundinamarca.

Salgado Castro, L. A. (2016). *Plan de marketing para la microempresa arabescos design de la ciudad de girardot año 2016*. Universidad de Cundinamarca.

Universidad UNADE. (2020, June 4). *Modelo educativo*: Universidad Americana de Europa. <https://unade.edu.mx/que-es-un-modelo-educativo/>

Benavides Pava, D. (2014). HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO, EN EL ALTO MAGDALENA. GIRARDOT (COLOMBIA). *Desarrollo Gerencial*, 6(1). <https://doi.org/10.17081/dege.6.1.478>

Godoy, Y. F. H. (2020). *SOCIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA EN LA CREACION DE LA EMPRESA TANGARA SWIMWEAR EN LA CIUDAD DE GIRARDOT*. Universidad de Cundinamarca.

boada, N. (22 de junio de 2019). *Cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-ventajas-y-beneficios>

burgos, E. o. (Marzo de 2021). *Enrique ortega burgos*. Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-colombia-parte-2/amp/>

Campo, B. (2017). *Pasantia CITGO*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/594/PASANTIA%20APOYO%20AL%20CENTRO%20DE%20INNOVACI%C3%93N%20TECNOLOG%C3%8DA%20Y%20GESTI%C3%93N%20ORGANIZACIONAL%20%E2%80%9CCITGO%E2%80%9D%2C%20EN%20EL%20AREA%20DE.pdf?sequence=1&isAllo>

Higuerey, E. (2019). *Rockcontend*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/propuesta-de-valor/>

*Ucundinamarca*. (2018). Obtenido de <https://app.sikuani.net/events/98/register>

*Universidad de cundinamarca* . (s.f.). Obtenido de <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/expo-ucundinamarca#:~:text=Cabe%20destacar%20que%20expoucundinamarca%20es,Universitario%20y%20dem%C3%A1s%20unidades%20acad%C3%A9micas>.

*Universidad de cundinamarca* . (2020). Obtenido de <http://www.ucundinamarca.edu.co/interaccionuniversitaria/index.php/de-interes/cac/cac-expocundinamarca-resultados>

*Wikipedia* . (2022). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/IGTV>