



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE
PRODUCTO PARA EL EMPRENDIMIENTO DAISY BISUTERÍA**

***Autor: Luisana Guédez
Asesor: Douglas Pérez***

Barquisimeto, diciembre del 2022



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO
EXTENSIÓN BARQUISIMETO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE
PRODUCTO PARA EL EMPRENDIMIENTO DAISY BISUTERÍA**
Trabajo Especial presentado como requisito para optar al grado de Técnico Superior en
Contaduría.

Autor: *Luisana Guédez*

Barquisimeto, diciembre del 2022.

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

VEREDICTO



VEREDICTO

Quienes suscribimos, Prof. Douglas Pérez C.I.: V-4.068.536 (Asesor Académico); y Prof. Ydhelgard Arangu C.I.: V-11.883.646 (Jurado), Prof. Angélica Pérez (a) C.I.: V-16.867.989 (Jurado), designados por la Coordinación Académica, con la aprobación de la Dirección del Instituto Universitario Jesús Obrero, Extensión Barquisimeto, para examinar el Trabajo Especial de Grado de la Carrera: Contaduría de (la) Br.: Luisana Soledad Guedez Colmenarez C.I.: V-30.204.976

Titulado: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTO PARA EL EMPRENDIMIENTO DAISY BISUTERÍA

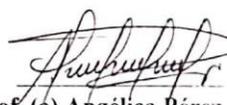
Hacemos constar que hoy, 12 de Diciembre del 2022.

Nos reunimos en la sede del instituto para evaluar y calificar dicho trabajo y decidimos otorgarle: Calificación en %: (100) equivalente a Veinte (20) puntos

Expresión Cualitativa: Excelente


Prof. (a) Ydhelgard Arangu
Jurado
C.I.: V-11.883.646




Prof. (a) Angélica Pérez
Jurado
C.I.: V-16.867.989

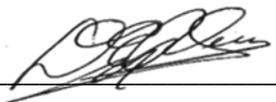

Prof. Douglas Pérez
Asesor
C.I.: V-4.068.536

APROBACIÓN DEL ASESOR ACADÉMICO

En mi carácter de Asesor Académico del Trabajo de Investigación presentado por la Ciudadana **LUISANA SOLEDAD GUEDEZ COLMENAREZ C.I. N° V-30.204.976** para optar al Grado de **TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO** en **CONTADURIA**, considero que el trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado académico/metodológico para su aprobación y poder ser sometido a la evaluación final y su posterior presentación oral.

En la ciudad de Barquisimeto, a los 07 días del mes de diciembre de 2022.

Nombre: DOUGLAS ESTEBAN PEREZ SEGUERI

Firma: 

C.I.: V-4068536

DEDICATORIA

En primera instancia a Dios Todopoderoso, por ser siempre mi guía y llenarme de valor para terminar ésta linda etapa.

Una dedicatoria en especial para mis padres, Daisy Colmenárez y José Guédez, quienes estuvieron junto a mí cuando los necesitaba y cuando no, también. Por guiarme de la mano durante todo este trayecto sin dejarme sola en ningún momento, por ser los padres tan amorosos y dedicados desde que nací, les dedico con todo mi corazón y alma mi mayor logro hasta ahora, uno de los muchos que están por venir. Los amo infinitamente.

Luisana Guédez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios, por guiarme desde el inicio hasta el final en la elección, en el desarrollo y culminación de la carrera de T.S.U en Contaduría, bajo su cuidado, fortaleza y dirección.

A mis padres, por todo el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de la carrera, estando para mí en mis más grandes alegrías y avances en la carrera, así como también, mis más grandes tristezas y frustraciones. Gracias por todos los consejos que me brindaron para continuar hasta el final con la mirada en alto. Gracias por el amor incondicional que me han dado desde que nací hasta la actualidad. Gracias por ser mi pilar más importante en todo mi trayecto educativo, personal y emocional.

A mi familia, por estar pendiente y guiarme, llenarme de tanto amor y bendiciones.

Al Instituto Universitario Jesús Obrero, Extensión Barquisimeto, por ser mi casa de estudio, y formarme como excelente profesional, autentica cristiana y una ciudadana comprometida y capaz, y así a todo su personal.

A mis profesores, por haber compartido conmigo sus conocimientos y ser una pieza importante de mi formación profesional. En especial a mi asesor Douglas Pérez, por haberme acompañado y ayudado, fue un pilar fundamental para el desarrollo y culminación con éxito el presente trabajo. Y a la profesora Marysabel Escobar, por estar ahí para escucharme y aconsejarme en todo momento, fue un pilar fundamental para el desarrollo de este proyecto.

A mis amigas y compañeras, Mayrelis Quevedo, Hellen Escalona, Jheilenyz Padrino y Marisol Romero, por todo el apoyo, amor y amistad incondicional. Por estar en las buenas y malas conmigo, día y noche con las actividades de la universidad. Con ustedes, la trayectoria en la universidad, fue llena de risas, alegrías, compañerismo, lecciones, aprendizajes. Las quiero un montón.

Luisana Guédez

ÍNDICE GENERAL

VEREDICTO	iii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
LISTA DE CUADROS	x
LISTA DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xii
INTRODUCCIÓN	13
MOMENTO I	14
SITUACIÓN OBTEJO DE ESTUDIO	14
Descripción Detallada de la Situación Objeto de Estudio	14
Objetivos de la Investigación	17
General	17
Específicos	17
Justificación e Importancia	17
Alcance de la investigación	18
MOMENTO II	20
SOPORTE CONCEPTUAL	20
Antecedentes	20
Bases Teóricas	24
Emprendimiento	25
Emprendedor	25
Innovación	25
Bisutería	25

Plan de negocio	26
Método Canvas	26
<i>Actividades Clave</i>	<i>27</i>
<i>Recursos Claves.....</i>	<i>27</i>
<i>Red de Socios.....</i>	<i>27</i>
<i>Oferta de Valor.....</i>	<i>27</i>
<i>Segmento de Clientes</i>	<i>27</i>
<i>Canales</i>	<i>28</i>
<i>Relaciones con los Clientes.....</i>	<i>28</i>
<i>Estructura de Costos</i>	<i>28</i>
<i>Fuente de ingresos</i>	<i>29</i>
Análisis FODA.....	29
Comercialización.....	29
Sustentación legal.....	29
Sistema de Variables.....	32
MOMENTO III	35
ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL	35
Naturaleza de la Investigación.....	35
Población y Muestra	36
Técnicas e instrumentos de recolección de la información	37
Estrategias Procedimentales de Desarrollo de la Investigación	37
MOMENTO IV.....	39
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	39
MOMENTO V	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56

Conclusiones	56
Recomendaciones	58
REFERENCIAS	59
Referencias Bibliográficas.....	59
Referencias electrónicas	59
ANEXOS	62
CUESTIONARIO.....	63

LISTA DE CUADROS

Cuadro N° 1: Cuadro de Operacionalización de la variable.....	34
Cuadro N° 2: Cuadro de la muestra.....	36
Cuadro N° 3: Competencia en el mercado actual ¡Error! Marcador no definido.	39
Cuadro N° 4: Demanda ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 5: Captar otro tipo de clientela..... ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 6: Producto novedoso ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 7: Colocación en el mercado una nueva Línea de pulseras para caballeros..... ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 8: Interés del público masculino por nueva línea de producto..... ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 9: Uso de tecnología para aumentar la colocación de nuevo producto en el mercado ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 10: Canales de Distribución para dar a conocer y promocionar . ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 11: Buen trato a los clientes ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 12: Mecanismos y medios de pagos..... ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 13: Personal Técnico y Equipos para producir una nueva línea de producto.....	49
Cuadro N° 14: Alianzas y Relaciones Comerciales con Proveedores..... ¡Error! Marcador no definido.	0
Cuadro N° 15: Estructura de costo ¡Error! Marcador no definido.	

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Competencia en el mercado actual	39
Gráfico N° 2: Demanda	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 3: Captar otro tipo de clientela.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 4: Producto novedoso	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 5: Colocación en el mercado una nueva Línea de pulseras para caballeros	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 6: Interés del público masculino por nueva línea de producto.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 7: Herramientas tecnológicas	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 8: Canales de Distribución para dar a conocer y promocionar ...	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 9: Buen trato a los clientes	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 10: Mecanismos y medios de pagos.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 11: Personal Técnico y Equipos para producir una nueva línea de producto.....	49
Gráfico N° 12: Alianzas y Relaciones Comerciales con Proveedores.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 13: Estructura de costo	¡Error! Marcador no definido.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE
PRODUCTO PARA EL EMPRENDIMIENTO DAISY BISUTERÍA**

**Autor: *Luisana Guédez*
Tutor: *Douglas Pérez*
Fecha: diciembre 2022.**

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con la finalidad de elaborar un plan de negocio para la producción de una nueva línea de producto enfocada en los caballeros para el emprendimiento Daisy Bisutería en Barquisimeto Edo Lara. La investigación está enmarcada dentro de una investigación cuantitativa positivista orientada hacia un diseño de investigación de campo de tipo descriptivo no experimental con diseño transaccional. La población elegida para ser estudiada en la investigación corresponde 4 personas, las cuales están involucradas en el emprendimiento, con la cual se trabajará con el total de las 4 personas como muestra y sujetos de estudio, de las cuales se obtuvo información a través de una encuesta. Para la recolección de datos, el instrumento aplicado fue un cuestionario dicotómico que constó de trece (13) preguntas cerradas de SÍ o NO, presentándose los resultados por medio de diagramas circulares. En investigación se plantea la elaboración de un plan de negocio para el emprendimiento Daisy Bisutería, bajo la metodología CANVAS, en el cual se plasma los nueve (9) segmentos del lienzo a los fines de solventar lo de competencia y aprovechar sus capacidades como emprendimiento.

Descriptor: Plan de negocio, modelo CANVAS, pulseras, bisutería, público masculino.

INTRODUCCIÓN

Producir un nuevo producto para comercializarlo en el mercado no es un trabajo sencillo y mucho menos sino se tienen los objetivos plasmados, además de las estrategias que se implementaran para promocionar el producto, los medios por los cuales se obtendrá la materia prima, a que sector está dirigido el producto, qué tiene de innovador que lo diferencia de los demás, para poder darle respuesta a todas las interrogantes que surgen y conocer si es rentable o no lanzar el producto al mercado es necesario contar con información y herramientas necesarias que le faciliten el proceso, tal como lo es un Plan de Negocio.

Por consiguiente, el objetivo principal de este presente trabajo de grado es Diseñar un plan de negocios para la creación de una nueva línea de producto para el emprendimiento Daisy Bisutería. Esta idea nació por la necesidad que presenta el sector masculino con la industria de la bisutería, debido a que ha ido en incremento el interés en los caballeros en prendas y accesorios para lucir mejor, y por consiguiente, no hay mucha empresas o emprendimientos que se centren en solventar dicha problemática, es por ello que, se propone elaborar el plan de negocio para conocer la rentabilidad, demanda y viabilidad de realizar la nueva línea de producto enfocada en los caballeros.

En el momento I, Se expone el planteamiento del problema, la formulación de los objetivos, la justificación e importancia de la investigación y por último el alcance.

En el momento II, Se encuentra todas las bases teóricas y legales que son de interés en la resolución del problema y el cuadro de variable.

En el momento III, Contiene la orientación procedimental, desde el tipo de estudio, la naturaleza de la investigación y técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el momento IV, Se encuentra el Análisis de los resultados y el Plan de Negocio.

En el momento V, Las recomendaciones y las conclusiones.

MOMENTO I

SITUACIÓN OBTEJO DE ESTUDIO

Descripción Detallada de la Situación Objeto de Estudio

Emprender, es un término que se ha popularizado mundialmente en los últimos tiempos. En el contexto global, ha sido un impulsor esencial para la riqueza en la sociedad, contribuyendo de forma positiva en la economía, además de promover la innovación de productos, ayudando así a aprovechar nuevas oportunidades, promoviendo la productividad y creando empleos nuevos. Según lo establece los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, muchos gobiernos y entidades no gubernamentales, consideran que el espíritu emprendedor es una parte fundamental del mundo en estos momentos, ya que mencionan que, puede poner fin a la pobreza y a la desigualdad social.

En ese sentido, la palabra “emprendimiento” ha sido muy utilizada en los últimos años, definiéndola como, la creación de microempresas y la innovación de productos, ya sean nuevos o viejos que se llegaran a producir de una nueva forma. Según Mora (2019), india que: “Es una mezcla de oportunidad, creatividad, innovación y liderazgo para crear valor a partir de una idea” (p. 04). Por lo cual, se puede definir emprendimiento como el surgimiento de una idea para contribuir de manera creativa e innovadora, tanto económicamente como de forma social.

Paralelamente, en Venezuela, el término emprendimiento ha sido empleado desde hace varios años, pero su auge fue a mediados del año 2020. Según la periodista Ariana Rivas, más del 75% de las personas consideran que emprender un negocio es una opción de carrera deseable y más del 60% percibe poseer las habilidades para iniciar un nuevo negocio. Es así que, se puede observar que, muchos venezolanos alrededor del país han comenzado a crear sus microempresas con ideas creativas e innovadoras, ayudando tanto con la economía actual que presenta el país y a la realidad económica de cada uno de ellos, como motivando a otras personas dentro del mismo territorio nacional a emprender.

En consecuencia, a finales del año 2021, nació la idea del emprendimiento Daisy Bisutería, con el propósito de superación personal, además de, generar un ingreso extra para mejorar la situación financiera presentada. Daisy Bisutería es un emprendimiento de bisutería dedicado a damas, el cual no se encuentra registrado actualmente. Distribuye de forma artesanal, diseña y realiza pulseras, de distintos materiales tales como; goma elástica e hilo para pulseras, para los diseños utiliza cuentas como pukas, mostacilla, ojos turcos, perlas y pequeños dijes de acero plateado como un complemento.

Así mismo, se puede señalar, que la bisutería lleva empleándose desde hace muchos años atrás, en el principio eran elaborados con recursos que estaban a simple alcance, como piedras, ramas, hojas, para luego ser elaborados con piedras preciosas, las cuales se denominó a ese mercado Joyería, siendo estas más costosas y solo siendo empleadas por personas de la realeza y nobleza. Con el paso del tiempo, se realizó una versión más económica denominada bisutería, de acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE), es la industria que produce objetos de adorno personal que imita joyas, hechos de materiales no preciosos. Es así que, la bisutería es realizada con piedras semipreciosas tales como el cristal, aceros, plástico, vidrio, metal, entre otras más.

Por supuesto, al ser una versión más económica y accesible, se propagó rápidamente por los pueblos y ciudades en todo el mundo, mientras que, en Latinoamérica, la bisutería llegó a mediados del siglo pasado, luego de la culminación de la segunda guerra mundial, la moda llegó primero a Brasil y se propagó a todo el continente. Teniendo en cuenta su rápida expansión en el continente, uno de los países a el cual llegó la bisutería durante el siglo XVIII hasta los años 70's y 80's del siglo XX, fue en Venezuela, es por esas fechas cuando tuvo el mayor auge entre los pueblos que tenían menos de 10.000 habitantes, con el paso del tiempo, se fue extendiendo a las grandes ciudades (Recuperado de <https://www.noingrama.blogspot.com/2019/02/la-bisuteria-su-historia-y-su.html>). En los últimos años, debido a la gran crisis que atravesó y atraviesa Venezuela, el agujero de los accesorios bajó y con ello, las damas y caballeros dejaron de usarla, sin embargo, la bisutería volvió a surgir en los últimos años, tanto para los pueblos solitarios como para las grandes ciudades del país.

Aunque la reincorporación de la bisutería en el mercado, ha ido creciendo en los últimos años, según el artículo “Year Of The Woman: Diamond Self-Purchase Campaign Set To Launch” (p. 01) de Hedda Schupack, las mujeres determinan un 85% de las compras de bisutería, estando

muy por debajo del porcentaje a los caballeros (Documento en Línea). Por esta razón, para contribuir tanto con la industria de la bisutería como de forma económica personal, el emprendimiento “Daisy Bisutería”, se plantea elaborar un plan de negocio para la creación y distribución de una nueva línea de producto innovadora en el mercado. Siendo esta, la producción y comercialización de pulseras para caballeros, expandiendo así, el mercado masculino en el sector de la bisutería y la cartera de clientes del emprendimiento. Por ende, todo esto en su conjunto, ayudará a el posicionamiento del emprendimiento.

En otro orden de ideas, un plan de negocio, según Vargas (2018), es: “Una herramienta que guía el logro de objetivos a través del desarrollo de estrategias y planes, establece de manera integral las actividades y marca las bases para que un negocio sea rentable.” (p. 03). De manera que, es un instrumento necesario y muy útil, que sirve para cimentar las bases de una empresa o emprendimiento, en el cual, se plasma el proceso de generación de ideas, la captación, análisis de la información, además de ser, una excelente herramienta que proporciona visibilidad.

Sin embargo, existen varios modelos de planes de negocios, el más utilizado para los emprendimientos, es el Canvas, por su facilidad, practicidad y rapidez para realizar e implementarlo. Según Ferreira (2015), menciona que: “El modelo Lean Canva es una herramienta para el análisis de ideas de negocio, [...]. Es un método que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor” (pág. 12). En otras palabras, este modelo de negocio permite capturar de una manera gráfica los aspectos más relevantes para un proyecto o un emprendimiento, permitiendo la evaluación a grandes rasgos de las ideas para el negocio y respondiendo diversas interrogantes para el mejoramiento del mismo.

En consecuencia, por lo tanto, el emprendimiento Daisy Bisutería, plantea la iniciativa de innovar con una nueva línea de producto enfocado en la creación de pulseras para caballeros, mediante un plan de negocio implementando la metodología Canva. La iniciativa de la creación para la nueva línea de productos, nace como consecuencia de cubrir la necesidad de distribución y creación de accesorios para caballeros en la actualidad, buscando tanto satisfacer como revolucionar el mercado en la comunicad y las zonas cercanas, con el objeto de expandir la cartera de clientes, llegar a potenciar la empresa y aumentar el flujo de dinero. Finalmente, en función a lo planteado, surgen varias interrogantes que serán las vías y el destino de esta investigación, en relación a:

¿Qué necesidad hay de elaborar un plan de negocio para el emprendimiento “Daisy bisutería”, para crear una nueva línea de producto?

¿Cómo desarrollar la creación de la nueva línea de productos en el Emprendimiento “Daisy Bisutería”?

¿Cuáles son los recursos que se necesita para la nueva línea de productos en el emprendimiento “Daisy Bisutería”?

Objetivos de la Investigación

General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una nueva línea de producto para el emprendimiento Daisy Bisutería.

Específicos

Diagnosticar la necesidad de elaborar un Plan de Negocio para la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería.

Desarrollar el Modelo de Negocio adecuado que permita determinar un escenario que genere la mayor rentabilidad para el emprendimiento Daisy Bisutería.

Elaborar el plan de negocio impulsando la comercialización de la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería.

Justificación e Importancia

La justificación es la parte más importante de un trabajo de investigación debido a que es en ésta donde se exponen las razones del por qué y para qué se realiza la investigación sobre el tema seleccionado. Según Arias (2012): “En esta sección deben señalarse las razones por las cuales se realiza la investigación y sus posibles aportes desde el punto de vista teórico o práctico” (p. 105). Toda justificación debe contener la razón principal con la que se elabora para así, sustentar la investigación. Es así que, es importante señalar los objetivos que se van a abordar en el trabajo de

investigación, además de la intención y propósito que de obtendrá en la realización y culminación del presente trabajo.

Existen ciertos aspectos importantes que la presente investigación pretende contribuir. La importancia principal de la presente investigación, es la adquisición de conocimientos y la ejecución de los mismos, en referencia a la elaboración de un Plan de Negocio implementando la metodología Canva y la elaboración de un Trabajo Especial de Grado. De igual forma, el desarrollo del Plan de Negocio ayudará a conocer la viabilidad y rentabilidad de realizar la creación de la nueva línea de producto para Daisy Bisutería, teniendo así una vista amplia y sencilla de todos los factores que influyen en el desarrollo y ejecución.

En el aspecto metodológico, en este trabajo de investigación se elaborará un plan de negocios para la creación de una nueva línea de producto para el emprendimiento “Daisy Bisutería” donde se plasmarán resultados válidos y honesto, que garanticen las respuestas de las metas y objetivos planteados en la presente investigación, de esta manera se implementarán diversas herramientas teóricas-prácticas para solucionar la problemática a través del método científico aplicado en la presente investigación.

En el aspecto académico, este trabajo de investigación orientada en la línea de investigación de emprendimiento y enmarcada en los lineamientos para T.S.U en Contaduría del Instituto Universitario Jesús Obrero, permitirá a aquellos futuros investigadores ser implementado como material referencial y bibliográfico para la recopilación de información acerca de emprendimiento y proporcionará herramientas para realizar un Plan de Negocios bajo la metodología Canva.

Por último, desde el punto de vista socio político, esta investigación se vincula con el plan de la patria 2016-2025, debido a este busca el impulso de un nuevo sistema de actores y dinámicas económicas para la atención de las demandas sociales, por lo cual, la investigación presente tiene relación tiene como objeto impulsar el desarrollo social, así como también, dinamizar la economía emergente, cubriendo una necesidad emergente en la población masculina con un nuevo producto de innovación.

Alcance de la investigación

El alcance de la investigación busca determinar de forma clara, concreta y sencilla los objetivos que se abordan en el trabajo de grado. Según los autores Hernández, Fernández &

Baptista (2010) indican que: “Cuando se habla sobre el alcance de una investigación no se debe pensar en un tipo concreto de estudio de investigación, ya que más que una clasificación, lo único que indica dicho alcance es el resultado que se espera obtener del estudio.” (p. 80). Es así que, el alcance de un trabajo de investigación, señala el resultado que se planea obtener a partir de ella, además de condicionar el método que se empleará para conseguir los resultados planteados, por lo que es importante reconocer las limitaciones del alcance, antes de empezar a desarrollar la investigación.

Esta investigación tiene por objeto diseñar un Plan de Negocios para la creación de una nueva línea de producto para el emprendimiento Daisy Bisutería, en el cual se plantea elaborar pulseras para caballeros, que permita innovar entre el público masculino de edades comprendidas entre 15 a 25 años. El mismo se llevará a cabo en 14 semanas, bajo la metodología Canva. Es así que, el análisis y alcance se enfoca exclusivamente en el estudio del mercado para identificar los niveles de demanda potencial, modelo de la oferta y precio del producto y un estudio financiero para determinar un escenario que genere la mayor rentabilidad para el emprendimiento, para finalmente culminar con la elaboración del plan de negocio planteado.

Esta investigación se vincula con la línea de investigación emprendimiento y transformación social ya que, la finalidad de dicha línea de investigación es la de reorientar proyectos de emprendimientos hacia la innovación y nuevos modelos de negocio, es así que, el emprendimiento Daisy bisutería, busca expandir sus oportunidades en el mercado de caballeros con la elaboración de pulseras.

MOMENTO II

SOPORTE CONCEPTUAL

El soporte conceptual comprende plasmar teorías, hipótesis, e informaciones de forma esquemática. Teniendo en cuenta que, una investigación es la recopilación de información detallada con la intencionalidad de sustentar un trabajo, según Arias (2020), comentan que: “Una vez que se haya desarrollado la idea del tema para el estudio, es importante revisar otras investigaciones, estudios y/o trabajos de investigación previos para conocer lo que ya se ha estudiado con respecto a nuestro tema.” (p. 17). En otras palabras, toda investigación requiere un conocimiento teórico que permita ampliar, integrar y explicar los fenómenos de estudio con la descripción del problema y sus relaciones mutuas, es por ello que se busca antecedentes, documentales, blogs, investigaciones previas y consideraciones teóricas.

Antecedentes

Al respecto, Orozco y Díaz (2018), indican que: “(...) los antecedentes de una investigación nos permiten conocer el estado de conocimiento que se tiene sobre nuestro tema de investigación, y a partir de las mismas conducirnos o encaminarnos hacia el área en la que queremos investigar.” (p. 68). En relación a lo antes expuesto, los antecedentes son los estudios previos que realiza cualquier investigador referente a la temática en cuestión, teniendo semejanza en el área de interés del investigador, que lo ayude a profundizar y comprender a nivel internacional, nacional y regional el tema elegido a investigar y conocer.

En relación al ámbito internacional, el autor Lapo, S. (2022), en su trabajo de investigación titulado “Propuesta De La Creación De Una Empresa De Bisutería Personalizada Con Piedras Naturales Y Acero Inoxidable Para Hombres En La Ciudad De Guayaquil” presentado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, para optar por el título de Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe, se planteó como objeto implementar la creación de una empresa

de bisutería personalizada en piedras naturales y acero inoxidable para los hombres en la ciudad de Guayaquil. En donde el presente estudio, se llevó a cabo bajo la investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo el cual utilizó la recolección de datos para su análisis. Para tal efecto, se aplicó una muestra de 374 personas provenientes de dicha ciudad a quienes se les aplicó una encuesta de 11 preguntas en referencia al uso de prendas de bisutería masculina. Se concluyó que el proyecto es factible con un VAN de \$11.837,17 con una TIR de 46,88%, superando a la TMAR de los inversionistas que representó un 39%.

En relación con esta temática de investigación, sirve como fundamentación teórica acerca de la poca atención que tiene el mercado masculino en la bisutería, ya que el proyecto planteado anteriormente, se centra en producir accesorios que satisfagan los requerimientos masculinos en la especialización de productos personalizados, buscando dar paso a un cambio cultural y poner a la vanguardia las tendencias masculinas en cuanto a bisutería.

Con respecto al ámbito nacional, se hace referencia a Gutiérrez (2018), quien realizó un trabajo de grado titulado “Plan De Negocio Para Un Nuevo Emprendimiento De Fabricación Y Comercialización De Queso Vegetariano” presentado ante la Dirección de Postgrado de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Carabobo, en Valencia, para optar por el título de Magíster en Ingeniería Industrial, esta investigación tiene un enfoque metodológico mixto, investigación del tipo descriptiva, con un diseño de investigación de campo, no experimental del tipo transaccional, se realizaron entrevistas por medio de las redes sociales a personas mayores de cuarenta años con posible situación de diabetes, para determinar la validez de crear el producto propuesto.

En la presente se implementó la metodología del modelo de negocio Canvas, donde se señaló el valor que encajaría con el segmento de mercado para el emprendimiento. Su objetivo fue explorar y diseñar hipótesis y experimentos que le permitieron descubrir el modelo de negocio adecuado para su investigación. Esta investigación logró evidenciar, que un modelo de negocio es un documento participativo y dinámico, donde el cliente está presente en todo momento, donde dicho modelo debe y puede ser modificado, rediseñado o adaptado con base a los continuos y rápidos cambios del entorno de la organización. Recomendando finalmente, continuar con el plan de negocio y análisis permanente de la situación social, económica y política del país.

De este modo que, el planteamiento anterior servirá para desarrollar fundamentación teórica referente al modelo Canvas. Dicho antecedente, demostró que el instrumento, Canva, es un buen

punto de inicio para un emprendedor, debido a que permite orientar el negocio hacia un modelo exitoso y viable, obtener información estricta y clara, para conocer las preferencias de los consumidores, el agrado ya aceptación del nuevo producto ante el público, datos de consumidores reales, demostrando así que el estudio y diagnóstico del entorno es de relevancia para el negocio, dejando en evidencia que para realizar un comercio es necesario primero de la validación del público, no se puede empezar a llevar a cabo una estrategia de comercio si no se prueba y se examina la viabilidad del producto primero, y simultáneamente confirmar que los clientes poseen la necesidad y el fin de compra.

En el mismo orden de ideas, Ruiz., D. y Ruiz., A. (2018), realizaron un proyecto llamado “Plan De Negocios Para La Producción De Cables Auxiliares De Baterías De Automóviles. Caso: Empresa Soluciones Vgl 2019. Municipio Baruta, Año 2017” presentado para la Universidad Nueva Esparta Facultad de Ciencias Administrativas Escuela de Administración, en Nueva Esparta, para optar por el título de Licenciado en Administración. Este trabajo de grado tuvo por objeto de diseñar un plan de negocio para la producción de cables auxiliares para baterías de automóviles destinado a la empresa Soluciones VGL 2019, trabajó con una investigación descriptiva y la modalidad de un proyecto factible, el cual busca averiguar si este es un proyecto rentable.

Con este fin, se realizó una encuesta a diferentes poblaciones y, posteriormente, se tabularon y analizaron los datos recolectados. Las poblaciones seleccionadas fueron, por un lado, los clientes de la empresa (identificados como población A); por otro, las personas naturales (identificadas como población B), y finalmente un gerente de la empresa (identificado como informante clave), al que se le realizó una entrevista para conocer más acerca de Soluciones VGL 2019, C.A. Se consiguió comprobar la factibilidad del plan de negocio, pero, debido a la inflación y los constantes cambios que sufre la economía venezolana, se deben realizar estudios con mayor frecuencia.

Este antecedente se vincula con el presente trabajo, ya que, busca desarrollar un proyecto factible para solucionar la necesidad del negocio, teniendo como ideal aumentar las ventas y además posicionarse en el mercado con un producto necesario para los ciudadanos en Venezuela. Abordando encuestas y entrevistas de mercado, que resultan importantes en el momento de llevar a cabo la producción de un nuevo producto para su comercialización, conociendo así la viabilidad del comercio en el mercado objetivo, a los consumidores, e implantar el costo añadido del producto.

En cuanto a, el ámbito regional, la autora Vásquez, K. (2022), elaboró un trabajo de grado titulado “Plan De Negocios Para La Creación Y Puesta En Marcha De La Microempresa Postres Dulzura Y Amor” presentado para el Instituto Jesús Obrero Extensión Barquisimeto, para optar por el título de Técnico Superior en Contaduría Pública. El presente estudio tuvo como finalidad, elaborar un plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara. El proyecto correspondiente se enmarcó dentro de una investigación cualitativa, orientada hacia un diseño de investigación de campo, de tipo descriptivo con diseño no experimental. La población elegida para ser estudiada en la investigación es infinita; se eligió una muestra de 30 personas de las cuales se obtuvo información a través de una encuesta.

Para la recolección de datos, el instrumento aplicado, fue un cuestionario, de acuerdo a la información que se recolectó, se concluyó que se debe elaborar el plan de negocio en cualquier empresa que se decide crear; ya que es de suma importancia, porque permite identificar la relación que se obtiene con el cliente, las necesidades que posee la empresa, cual es el segmento de clientes, así como las distintas estrategias para que marche con éxito y de esta manera, se analizan las ventajas que posee la misma.

Como se ha logrado observar, en la investigación presentada de la microempresa Postres Dulzura y Amor, el énfasis en la importancia de elaborar un Plan de Negocio para conocer la relación y opinión de los clientes, además de conocer la necesidad y/o problemática que posee la empresa. Es por ello, que sirve como antecedente para la presente investigación, debido a la implementación de herramientas claves que permiten conocer de forma más amplia las necesidades y opiniones de los clientes, y conocer las herramientas necesarias para la elaboración de un plan de negocio.

Para finalizar, se encuentran Chávez, M. y Carrasco, M. (2021), quienes realizaron una investigación titulada “Desarrollo De Un Plan De Negocio Para La Producción De Mermeladas De Sabores No Tradicionales Por La Empresa La Caroreña” presentado para el Instituto Jesús Obrero Extensión Barquisimeto, para optar por el título de Técnico Superior en Contaduría Pública, se enmarcó dentro de una investigación cuantitativa positivista, orientada hacia un diseño de investigación de campo de tipo descriptivo no experimental con diseño transaccional, para la recolección de datos se utilizó la encuesta y el instrumento aplicado un cuestionario contentivo de nueve (9) preguntas dicotómicas, presentándose los resultados por medio de diagramas circulares.

La investigación tuvo por objeto desarrollar un plan de negocios para la producción de mermeladas de sabores no tradicionales por la empresa “La Caroreña” en Carora estado Lara. La población estuvo constituida por 30 personas. El estudio de mercado permitió conocer acerca de los gustos y preferencias, además de la aceptación hacia el producto propuesto, se evidenció el desconocimiento sobre el valor nutricional de la remolacha; si se llegara a desarrollar esta propuesta es necesario definir estrategias para que el producto sea más conocido, genere oportunidades laborales y contribuya con la salud y el bienestar de las personas de Carora estado Lara.

El trabajo antes mencionado, guarda estrecha relación con la presente investigación, ya que está enmarcado en una investigación cuantitativa positivista, orientada hacia un diseño de investigación de campo de tipo descriptivo no experimental con diseño transaccional, y el proyecto planteado para el emprendimiento Daisy Bisutería, trabajará bajo el mismo marco de investigación.

Bases Teóricas

En la elaboración y desarrollo de la presente investigación, existen una serie de términos conceptuales que son necesarios definir para la complementación y entendimiento de la situación del trabajo de estudio. Es así, Arias (2012), indica que: “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado para sustentar o explicar el problema planteado” (p.07). Es decir que, es en esta sección donde se plantea la información bibliográfica, siendo muy importante en la elaboración de una investigación, ya que permite, la concepción de diferentes autores sobre las ideas, conceptos y teorías que abarca el proyecto, además de agregarle validez a la investigación.

Es importante agregar que, las bases teóricas constituyen la parte de refuerzo y sustentación conceptual en la presente investigación, ayudando a la organización y posteriormente, los mismos sean empleados en acciones concretas. Es en ese caso que, para el emprendimiento planteado, es de suma importancia organizar los términos teóricos, para reforzar y validar la investigación.

Emprendimiento

El término “Emprendimiento” ha sido muy utilizada en los últimos años, definiéndolo como, la creación de microempresas y la innovación en el mercado con productos nuevos o reestructurados. Según Mora (2019) indica que: “Es una mezcla de oportunidad, creatividad, innovación y liderazgo para crear valor a partir de una idea” (p. 04). Por lo cual, se puede definir emprendimiento como el surgimiento de una idea para contribuir de manera creativa e innovadora, tanto económicamente como de forma social.

Emprendedor

Un emprendedor es una persona capacitada, con ideas creativas, que tengan como objeto innovar en el mercado y cubrir una necesidad con un producto o servicio. Al respecto, Drucker (1998), indica que, “El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad” (p.143). Es decir, el emprendedor es aquella persona que busca contribuir de forma positiva con el cambio, por medio de un proyecto (emprendimiento), con una idea renovadora para cubrir la necesidad en determinado sector o nación.

Innovación

El término “Innovación” hace referencia a la creación de nuevos productos e, incluso, a mejorar los productos que existen. Al respecto, Drucker (1986), expresa que:

"La práctica de la innovación se refiere como una herramienta específica de los empresarios innovadores; es el medio con el cual, explotan el cambio como una oportunidad para un negocio diferente, se presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse." (p.33)

En cuanto a lo previamente expuesto, puede decirse que, la innovación es aportar nuevas opciones que reemplacen las necesidades de los clientes, mejorado los productos existentes o en su defecto, creando nuevos que impacten de forma conveniente en el mercado.

Bisutería

La bisutería, de acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE), es la industria que produce objetos de adorno personal que imita joyas, hechos de

materiales no preciosos. Es así que, la bisutería son accesorios realizados con piedras semipreciosas tales como el cristal, aceros, plástico, vidrio, metal, entre otras más.

Plan de negocio

El plan de negocio es una herramienta importante e indispensable para la creación de una empresa, es implementada para ampliarla e incluso para la producción de un nuevo producto dentro de la empresa. Es por ello que, Mir (2019), comenta que:

“El plan de negocios es una herramienta de comunicación, que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados y las expectativas de crecimiento de la empresa” (p. 8)

Se podría concluir que, el plan de negocio sirve para plasmar y señalar las oportunidades existentes, objetivos y estrategias. Pero, para poder implementarlo, es necesario realizar una recopilación de información que permita evaluar la viabilidad económica y social del negocio, para conocer si es factible ejecutarlo o no.

Método Canvas

El modelo para el Plan de Negocio, más utilizado en los últimos años, es el modelo de Lean Canvas. Según Silva (2022), menciona que:

“Es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear modelos de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, el modelo canvas ofrece un panorama global y simplificado de la empresa.” (p. 01).

En otras palabras, este modelo de negocio permite describir las bases sobre las que una empresa se crea, proporciona o capta valor, permitiendo la evaluación, a grandes rasgos, de las ideas para el negocio y respondiendo diversas interrogantes para el mejoramiento del mismo. Por ello, el método Canva se usa como iniciativa anticipada para plasmar el modelo empresarial que se ejecutara con el propósito de detectar la viabilidad del plan, teniendo en cuenta los 9 módulos,

que representan las áreas claves que se deben analizar para el plan de negocio. Dichos módulos, reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir un objetivo.

1. Actividades Clave

Según Silva (ob. cit), “Hacen referencia a todas aquellas tareas que son necesarias para llevar a cabo la propuesta de valor que la empresa va a ofrecer a sus clientes” (p. 01). Es decir, son todas aquellas acciones que deben llevarse a cabo para poder ofrecer la propuesta de valor a los clientes. Se analiza las actividades que son requeridas y necesarias en la empresa.

2. Recursos Claves

Según Silva (ob. cit.), “Son aquellos recursos físicos, intelectuales (como derechos de autor o patentes), humanos y financieros, que son necesarios para crear valor para el cliente.” (p. 01). En otras palabras, en este módulo, se identifica y analiza los recursos con los que cuenta la empresa, proyecto o emprendimiento, y cuales debe adquirir.

3. Red de Socios

Según Silva (ob. cit.), “Se refiere a todos aquellos actores que proporcionan los recursos clave para ofrecerle al cliente la propuesta de valor. Esa red de socios está conformada principalmente por proveedores, pero también incluye alianzas estratégicas.” (p. 01). Se puede decir que, son aliados que ayudan a alcanzar los objetivos propuestos por la empresa.

4. Oferta de Valor

Según Silva (ob. cit.), “Se refiere a los productos y servicios que ofrece la empresa que satisfacen las necesidades de sus clientes. Es el motivo por el cual el cliente le compra a nuestra empresa y no a la competencia.” (p. 01). Lo cual significa que, son productos y/o servicio que ofrece la empresa, que la diferencia de la competencia, para que los clientes la prefieran ante que a las demás empresas.

Segmento de Clientes

Según Silva (ob. cit.),

“Es un bloque de contenido que permite identificar en qué tipos de clientes se enfoca la empresa (...) Este bloque tiene estrecha relación con la oferta de valor, porque dependiendo de la necesidad del cliente se debe construir la oferta y dependiendo de la propuesta de valor, será posible encontrar nuevos segmentos.”

De modo que, para efectuar este módulo, es necesario realizar un análisis del comportamiento del consumidor, es necesario comprender cómo piensa, lo que siente, y por, sobre todo, qué necesita y qué desea. Con el objeto de conocer si la propuesta es ideal, atractiva y útil para el cliente o hay que rediseñarla.

5. *Canales*

Según Silva (ob. cit.), “Son aquellos medios que tiene la empresa para hacer llegar la propuesta de valor a sus clientes. En este bloque del lienzo, se definen los canales de distribución más rápidos y rentables para llegar al segmento de clientes definido.” (p. 01). En todo caso, los canales son la vía por la cual la empresa da a conocer su propuesta de valor, sea un producto o servicio, a los potenciales clientes.

6. *Relaciones con los Clientes*

Según Silva (ob. cit.),

“Se trata de identificar el tipo de relación que se pretende construir con los segmentos de clientes, la participación que tendrán en la propuesta de valor y la coherencia de esta relación con la comunicación y el posicionamiento de la marca.” (p. 01).

En este módulo, especifica de qué forma se conectará la propuesta de valor con el cliente, se puede elegir entre distintos tipos de relación que se tendrá con los clientes, puede ser directa, indirecta, individualizada, automatizada o colectiva.

7. *Estructura de Costos*

Según Silva (ob. cit.), “Responde al soporte financiero que requiere la operación de la empresa.” (p. 01). Consiste en detectar los costes de la empresa, dividirlos y plasmarlos, considerando cuales son prioritarios y cuales no para el modelo de negocio elegido.

8. Fuente de ingresos

Según Silva (ob. cit.), “Se refiere a la forma como la empresa será rentable.” (p. 01). En este último módulo, define como se va a obtener un flujo de ingresos.

Análisis FODA

Dentro del mundo empresarial, existe una herramienta de mucha utilidad y bastante empleada, la cual es la FODA. Nikulin y Becker (2015), comentan que: “La herramienta FODA consiste en la construcción de una matriz a partir de la identificación de un listado de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el desempeño de la organización”. (p.129). En ella se plantean las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la organización en cuestión, tiene por objeto permitir visualizar de forma amplia y clara los aspectos internos y externos de, en este caso, el presente proyecto direccionado a el emprendimiento Daisy Bisutería, para así, poder tomar decisiones e implementar estrategias acorde con el análisis.

Comercialización

Para Stanton (1969), “es un sistema total de actividades empresariales encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales”. De modo que, comprende un conjunto de acciones y procedimientos con el objeto de introducir de forma asertiva y eficaz, el o los productos en el mercado. Se debe mencionar que, frecuentemente se le proporciona más trascendencia al proceso de producción que al de venta; o sea, el emprendedor cree que con tener un óptimo producto ya ha culminado su reto; no obstante, el conseguir que aquel producto se venda y se introduzca en el mercado es en realidad fundamental para que la organización se establezca y se posicione entre sus competidores.

Sustentación legal

La fundamentación o sustentación jurídica, según Arias (2012), lo define como: “el conjunto de documentos de naturaleza legal que sirven de testimonio referencial y de soporte a la investigación que se realiza” (p. 219). En la presente, se encuentra constituida por los artículos,

leyes y normas que le dan estructura a la actividad económica a Venezuela, teniendo en cuenta que, para la presente investigación, se centraran en el emprendimiento y los elementos que la constituyen.

Además de, seguir las especificaciones del autor Kelsen (2011), el cual expresa que, se debe presentar las leyes de forma jerárquica, es decir, las leyes de mayor nivel deben estar de primeras y por encima de las que tienen menor nivel, siendo así, La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) (1999), la norma suprema y el fundamento del ordenamiento jurídico del Estado Venezolano. Se esta manera, se desarrollarán los fundamentos dentro de las leyes nacionales enmarcados para ésta investigación.

Dentro de este orden de ideas, en la C RBV, en lo que concierne a los derechos civiles, en el artículo 52, se establece que: Toda persona tiene el derecho de asociarse con fines lícitos, de conformidad con la ley. El Estado estará obligado a facilitar el ejercicio de este derecho (p.11). Es decir, todo venezolano tiene derecho a afiliarse y crear una actividad económica con fines lícitos que estén acuerdo a la ley.

En cuanto a los Derechos Humanos, Garantías, y Deberes presentados en la C RBV, indica que:

Artículo 112. Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y la justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país (p.22).

En cuanto al artículo expuesto, cualquier ciudadano venezolano puede dedicarse de forma libre a la actividad económica lícita de su preferencia, con las limitaciones estipuladas en la constitución y las leyes, además que, el Estado promoverá la iniciativa de la creación de comercios y servicios que satisfagan a las necesidades de población, contribuyendo así, con el desarrollo integral del país para alcanzar una mejor economía.

Artículo 117. Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen; a la libertad de elección ya un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos (p.23).

En otras palabras, todo venezolano tiene derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como de información y características pertinente de los servicios y productos que consumen, desestimando la información engañosa, para así, optar por la elección libre y equitativa del producto o servicio. De modo que, el Estado y la Ley, establecerás las herramientas y métodos para garantizar el control de calidad, de bienes y de servicios, respetando y defendiendo al público consumidor.

Por otra parte, está la Ley para El Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos (2021), en la cual se establece en el Artículo 5:

Se reconoce el derecho de toda persona a participar en la actividad económica, mediante la constitución de emprendimientos a los fines de contribuir con el desarrollo nacional y la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, sin más limitaciones que las previstas en la Constitución y la ley. (p. 1)

En el presente artículo, se aborda el derecho que posee cualquier venezolano de emprender con el objeto de promover el desarrollo económico y productivo, teniendo en cuenta cubrir la necesidad de los ciudadanos.

Artículo 16. La inscripción en el Registro Nacional de Emprendimientos otorga personalidad jurídica al emprendimiento. El registro de los emprendimientos en el Registro Nacional de Emprendimiento constituye una condición indispensable para el acceso a los beneficios y estímulos establecidos en esta Ley, así como para su reconocimiento ante las instituciones del Estado. (p. 2)

El siguiente artículo, instruye llevar a cabo de la inscripción en el Registro Nacional de Emprendimientos, para dar carácter de personalidad jurídica al nuevo emprendimiento, efectuando así, el reconocimiento ante las instituciones del Estado y la entrada a los beneficios descrito en esta Ley.

Por último, pero no menos importante, se encuentra la Ley Orgánica del Trabajo de los Trabajadores y Trabajadoras (LOTTT) (2012), en la cual se estipula proteger al trabajo como hecho social y garantizar los derechos de los trabajadores y de las trabajadoras. Siendo así, conveniente conocerlas para cualquier emprendedor venezolano, ya que, por más pequeño que sea el negocio, siempre se contará con trabajadores y/o trabajadoras y se hace necesario, asegurar su relación de trabajo.

Artículo 55: El contrato de trabajo, es aquel mediante el cual se establecen las condiciones en las que una persona presta sus servicios en el proceso social de trabajo bajo dependencia, a cambio de un salario justo, equitativo y conforme a las disposiciones de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y esta Ley.

En el presente artículo, se expresa que debe existir un contrato entre trabajador y jefe, en donde se estipulen las condiciones que el trabajador preste su servicio, a cambio de salario pertinente y justo a los o el trabajo que realice.

Del mismo modo en el Artículo 99, menciona que: El salario se estipulara libremente garantizando la justa distribución de la riqueza. En ningún caso será inferior al fijado por el Ejecutivo Nacional, conforme a la Ley. Es decir, para la persona prestadora de servicio, la remuneración monetaria no debe ser establecida por debajo del establecido por el Ejecutivo Nacional.

Sistema de Variables

Arias (2016), afirma que la variable “es una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación.” (p. 57). Es decir, que las variables son medidas que pueden ser modificadas, que tienen por objeto conceder información de relevancia para la investigación, obteniendo así una respuesta certera sobre los objetivos planteados en el proyecto.

Cuadro N°1: Cuadro de Operacionalización de la variable.

Objetivo principal: Diseñar un plan de negocios para la creación de una nueva línea de producto para el emprendimiento Daisy Bisutería.					
Objetivos específicos	Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento	Ítems
Diagnosticar la necesidad de elaborar un Plan de Negocio para la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería.	Nueva línea de productos	Estudio de mercado.	• Competencia.	C U E S T I O N A R I O	1 2
			• Producto.		3 4
Desarrollar el Modelo de Negocio adecuado que permita determinar un escenario que genere la mayor rentabilidad para el emprendimiento Daisy Bisutería.	Plan de negocio	Desarrollo del método Canvas	• Segmento de clientes		5
			• Oferta de Valor		6
			• Canales		7
			• Relaciones con los Clientes		8
			• Fuente de Ingreso		9
• Recursos Claves	10				

			<ul style="list-style-type: none"> • Actividad clave 		11
			<ul style="list-style-type: none"> • Red de socios 		12
			<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de costo 		13
Elaborar el plan de negocio impulsando la comercialización de la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería.	NO SE OPERACIONALIZA				

Fuente: Guédez (2022)

MOMENTO III

ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL

Según Lucero (2011), explica que: “La metodología constituye la medula del plan; se refiere a la descripción de las unidades de análisis o de investigación, las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis” (p. 139). En decir, este presente capítulo está enfocado en describir el diseño y tipo de investigación, la población y la muestras, así como también la recolección de datos, instrumentos y técnicas de análisis para procesar la información plasmada para el desarrollo y elaboración el presente proyecto, cumpliendo así, con los objetivos.

Naturaleza de la Investigación

Es así que, la presente investigación está enmarcada bajo un paradigma positivista, el cual según Ricoy (2006), expresa que: “El paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico” (p. 14). Por lo tanto, dicho paradigma sustenta la investigación, ya que tiene como finalidad analizar los resultados de los datos obtenidos por medios estadísticos a través de gráficos por medio de la recolección de datos a través de un cuestionario dirigido a una población finita.

Del mismo modo, la investigación está centrada bajo un enfoque cuantitativo, tal como lo afirma Sampieri R (2006), “El enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (p.15). La intencionalidad presente, es recolectar diversos datos que se obtendrán por medio de un cuestionario que será aplicado a una población elegida, que permitirá, posteriormente, realizar un análisis para así establecer conclusiones.

Y finalmente, también se plantea trabajar bajo un diseño de campo de carácter descriptivo, según Arias (2006), indica que, “Se aplica cuando el investigador recoge los datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos primarios” (p31). Puesto que se pretende recolectar datos directos de cada uno de los participantes que presente relación con el objeto de estudio para luego evaluarlos y analizarlos.

Población y Muestra

En referencia a la población, Tamayo (1998), la define como “... La totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. (p. 114). De manera tal que, la población encuestada para la presente investigación corresponde a las personas encargadas del emprendimiento Daisy Bisutería, que constan de 4 personas.

Siguiendo en el mismo orden de ideas, al tener la población se necesita escoger una muestra, y según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), la muestra es: “... Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (P.38). Siendo así, una muestra una porción de la población. Para la finalidad del presente proyecto, para la elaboración de una nueva línea de producto para el emprendimiento Daisy Bisutería, se escogerá toda la población para representar la muestra, es decir, 4 personas, ya que, es una población reducida se tomará en su totalidad.

Cuadro N°2: Cuadro la muestra.

Encargado	Cantidad
Jefe de administración	1
Responsable de ventas	1
Responsable operativo	1
Auxiliar operativo	1
Total	4

Fuente: Guédez (2022)

Técnicas e instrumentos de recolección de la información

López (2013), expresa que: “las técnicas son las diversas maneras de obtener la información, mientras que los instrumentos son las herramientas que se utilizan para la recolección, almacenamiento y procesamiento de la información recogida” (p 44). Siendo así que, para obtener información es necesario implementar alguna o algunas técnicas y tanto para la recolección como el análisis de la información es necesario instrumentos que ayuden a su procesamiento. Es por ello que para la presente investigación se seleccionó como técnica la encuesta, con la finalidad de obtener información acerca de la demanda e interés de los caballeros hacia las pulseras. Y, de mismo modo, se seleccionó como instrumento el cuestionario, el cual permitirá la recopilación sobre la información ofrecida por el sujeto de estudio, el cual consta 10 de preguntas dicotómicas en las cuales las respuestas pueden ser afirmativas o negativas (SI o NO).

En el mismo orden de ideas, luego de la recopilación de la información, se procesará mediante gráficos estadísticos, UNIR (2022), lo define como: “Las distintas maneras de representar serie de datos estadístico de diverso tipos y origen para mostrar de manera visual cómo evoluciona una variable” (p.1). Es decir, los gráficos son herramientas que ayuda a interpretar de manera gráfica y visible, los resultados de cualquier información obtenida, siendo así, que se procederá a realizar un breve análisis de la gráfica obtenida para realizar un vaciado de la información y un llenado de cuadro.

Estrategias Procedimentales de Desarrollo de la Investigación

En relación a las estrategias, Pérez (2005), afirma que: “Las estrategias son cursos de acción general o alternativas que muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas, aprovechando así el máximo desarrollo de las mismas” (p.46), es decir, es un conjunto de reglas y técnicas que, de manera ordenada, ayudan a lograr el objetivo o meta planteada. Por lo tanto, se plantea una estructura a seguir para cumplir con el objeto.

Primera etapa, en esta etapa inicial se realizará una revisión de las fuentes primarias y secundarias que sean de referencia al objeto de estudio, entre las cuales están los Trabajos Especiales de Grado, libros, documentos, revistas científicas, periódicos digitales, con la finalidad de constituir el instrumento y técnica para obtener los datos.

Segunda etapa, en esta etapa se aplica las técnicas de recolección de datos por medio de una encuesta, como modelo idóneo para tal fin, el cual se efectuará a una muestra de 4 sujetos de estudio.

En la tercera y última etapa, se analizará e interpretará la información recolectada en el cuestionario, con el fin de obtener una mejor perspectiva de los resultados, concretando de esta forma, los recursos básicos para el desarrollo de los objetivos específicos, que implica todos los estudios planteados al inicio, así mismo, con base a los datos conseguidos se abordarán las conclusiones.

MOMENTO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El presente momento refleja el desarrollo de los resultados de la investigación en conjunto al análisis correspondiente, tiene como propósito resumir y comparar las observaciones llevadas a cabo para hacer posible la materialización de los resultados de la investigación, con la intencionalidad de proporcionar la verificación los objetivos específicos establecidos en la presente investigación utilizando para este fin un cuestionario tipo encuesta, sobre una muestra seleccionada, resultado que servirá de apoyo para desarrollar las conclusiones de esta investigación.

Cabe entonces señalar lo que al respecto establece Arias (2012): “En este punto se representan las diferentes operaciones a las que serán sometidos los datos que se logren: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso” (p.136). En este sentido, se presentan los resultados obtenidos a través del instrumento a utilizar, en ese caso, por medio de un cuestionario tipo encuesta que constó de 15 preguntas realizadas a una muestra de cuatro (04) personas involucradas en el emprendimiento Daisy Bisutería. En relación a lo antes expuesto, se procedió a elaborar tablas y gráficos de torta para facilitar la comprensión y análisis de los resultados. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento:

En consecuencia, en relación al objetivo de diagnosticar la necesidad de elaborar un Plan de Negocio para la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería tenemos:

Ítems N° 1:

¿Considera usted que existe una gran competencia para el mercado actual de la empresa?

Cuadro N° 3: Competencia en el mercado actual

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Grafico N°1: Competencia en el mercado actual

Análisis de los resultados: De acuerdo al grafico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, el resultado indica que, el 100% respondió de forma afirmativa, es decir que, existe una gran competencia para el mercado actual de la empresa, por lo cual, se evidencia que el emprendimiento Daisy Bisutería, tiene competencia dentro del mercado actual.

Ítems N°2:

¿Considera usted que la actual línea de productos de la empresa, tiene una buena demanda del público en su mercado?

Cuadro N° 4: Demanda

LTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	3	75%
NO	1	25%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Gráfico N° 2: Demanda

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de la muestra seleccionada, representada por un 75%, respondieron de forma afirmativa, considerando que la actual línea de productos de la empresa, tiene una buena demanda del público, por lo cual, se evidencia que el emprendimiento Daisy Bisutería tiene una buena demanda del público en su mercado actual.

Ítems N°3:

¿Está de acuerdo en que se implemente una nueva línea de productos para la empresa a los fines de captar otro tipo de clientela?

Cuadro N° 5: Captar otro tipo de clientela

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)

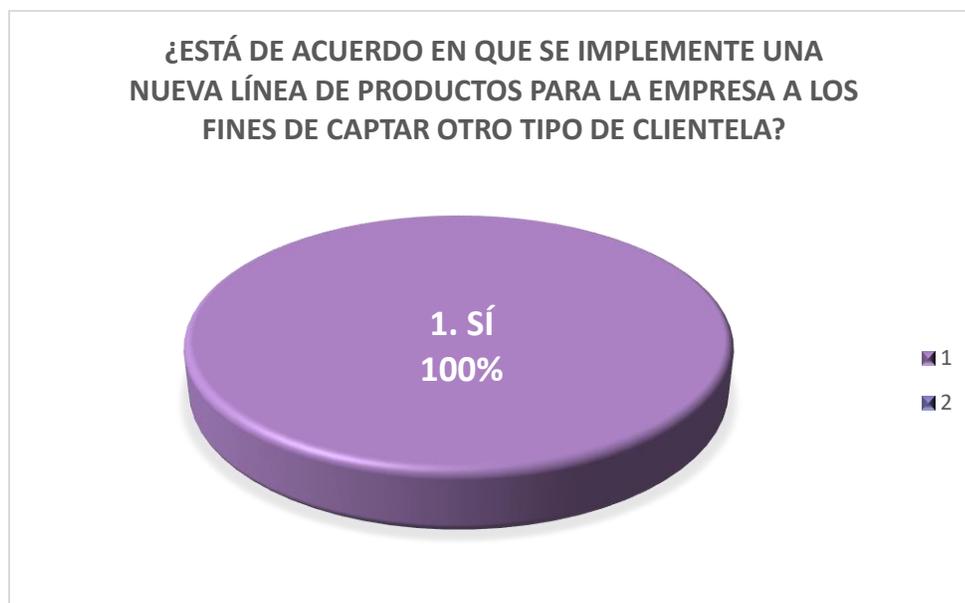


Gráfico N° 3: Captar otro tipo de clientela

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados obtenidos, la totalidad de la muestra, representada por el 100% respondió la opción que SÍ, por lo cual, que se implemente una nueva línea de productos para la empresa a los fines de captar otro tipo de clientela, en consecuencia, el emprendimiento Daisy Bisutería, tiene una posible opción de implementar un nuevo producto dentro del mercado actual.

Ítems N°4:

¿Cree usted que la nueva línea de producto, debería estar enfocada en los caballeros, entre 15 y 25 años de edad como un producto novedoso?

Cuadro N° 6: Producto novedoso

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	2	50%
NO	2	50%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Gráfico N° 4: Producto novedoso

Análisis de los resultados: En referencia a los datos obtenidos, se puede observar que un 50% de los entrevistados respondió que SI, pero, por otra parte, en cuanto al otro 50%, este respondió que NO, dejando en evidencia, que la muestra consultada presenta una división de opinión acerca de si la nueva línea de producto, debería estar enfocada en los caballeros, entre 15 y 25 años de edad como un producto novedoso para el emprendimiento Daisy Bisutería.

En concordancia, de acuerdo al objetivo de desarrollar el modelo de negocio adecuado que permita determinar un escenario que genere la mayor rentabilidad para el emprendimiento Daisy Bisutería tenemos:

Ítems N°5:

¿Considera usted que la empresa está en condiciones de colocar en el mercado una nueva línea de pulseras para caballeros de entre 15 a 25 años de edad?

Cuadro N° 7: Colocación en el mercado una nueva Línea de pulseras para caballeros

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	3	75%
NO	1	25%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Gráfico N° 5: Colocación en el mercado una nueva Línea de pulseras para caballeros

Análisis de los resultados: Los resultados que se obtuvieron en este ítem indican que, la mayoría de los entrevistados, es decir, el 75% de las personas encuestadas, respondieron de forma afirmativa, demostrando que, la empresa sí está en condiciones de colocar en el mercado una nueva línea de pulseras para caballeros de entre 15 a 25 años de edad.

Ítems N°6:

¿Considera usted que una gran mayoría del público masculino de entre 15 a 25 años de edad, estarían interesados en adquirir una nueva línea de pulseras para caballeros?

Cuadro N° 8: Interés del público masculino por nueva línea de producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)

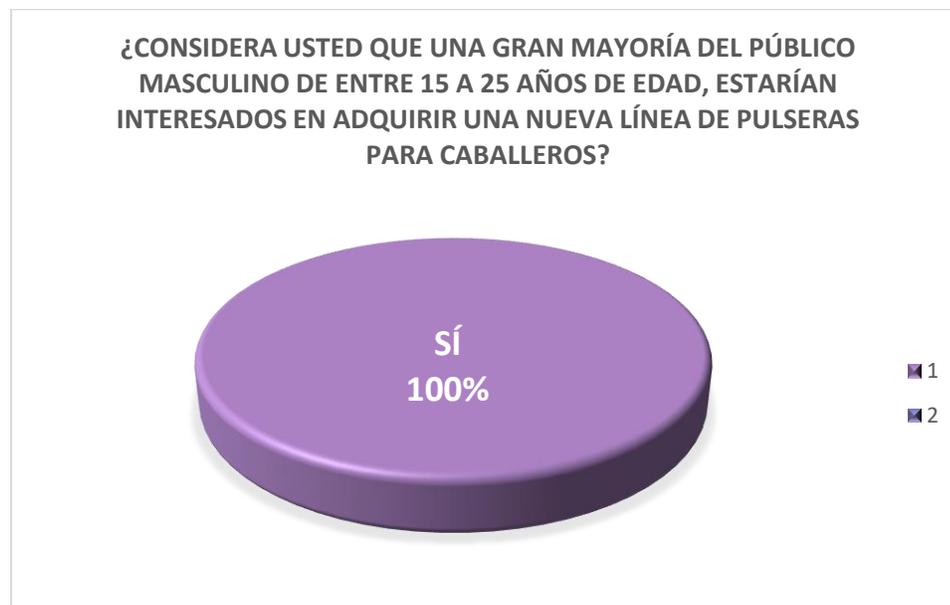


Gráfico N° 6: Interés del público masculino por nueva línea de producto

Análisis de los resultados: La totalidad de la muestra respondieron a la presente pregunta de forma afirmativa, expresando que consideran así que una gran mayoría del público masculino de entre 15 a 25 años de edad, estarían interesados en adquirir una nueva línea de pulseras para caballeros.

Ítems N°7:

¿Considera usted que la utilización de herramientas tecnológicas como Facebook, Instagram, WhatsApp, grupos y redes sociales, aumentarían la cantidad de interesados en una nueva línea de producto?

Cuadro N° 9: Uso de tecnología para aumentar la colocación de nuevo producto en el mercado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)

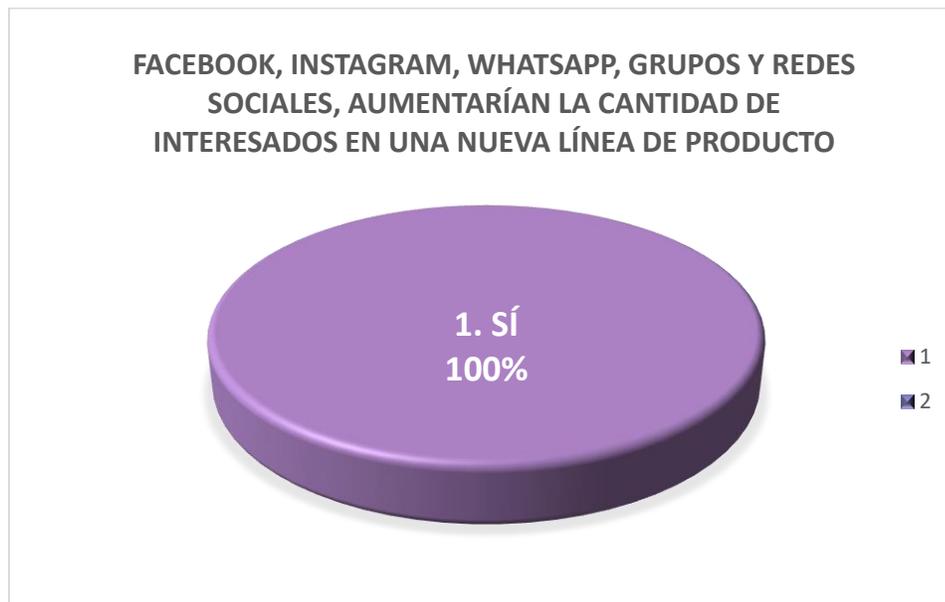


Gráfico N° 7: Herramientas tecnológicas

Análisis de los resultados: La totalidad de la muestra respondió de forma afirmativa, demostrando que, la mayoría de la muestra consultada considera que la utilización de herramientas tecnológicas como Facebook, Instagram, WhatsApp, grupos y redes sociales, aumentarían la cantidad de interesados en una nueva línea de producto.

Ítems N° 8:

¿Considera usted que la empresa tiene los mejores canales de distribución para dar a conocer y promocionar la nueva línea de producto?

Cuadro N° 10: Canales de Distribución para dar a conocer y promocionar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Gráfico N° 8: Canales de Distribución para dar a conocer y promocionar

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados obtenidos, el 100% escogió la opción SI, lo que indica que la mayoría de los consultados considera que la empresa tiene los mejores canales de distribución para dar a conocer y promocionar la nueva línea de producto.

Ítems N° 9:

¿Considera usted que la empresa mantiene unas buenas relaciones públicas y de asesoramiento, que garanticen al cliente valorar su compra, como la mejor opción a sus gustos y necesidades?

Cuadro N° 11: Buen trato a los clientes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Gráfico N° 9: Buen trato a los clientes

Análisis de los resultados: Como se puede observar, el 100% de las personas entrevistadas, coinciden en considerar que la empresa mantiene unas buenas relaciones públicas y de asesoramiento, que garanticen al cliente valorar su compra, como la mejor opción a sus gustos y necesidades

Ítems N° 10:

¿Considera usted que la empresa tiene a su disposición todos los mecanismos y medios de pagos que garanticen al cliente la adquisición de la nueva línea de pulseras para caballeros?

Cuadro N° 12: Mecanismos y medios de pagos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)

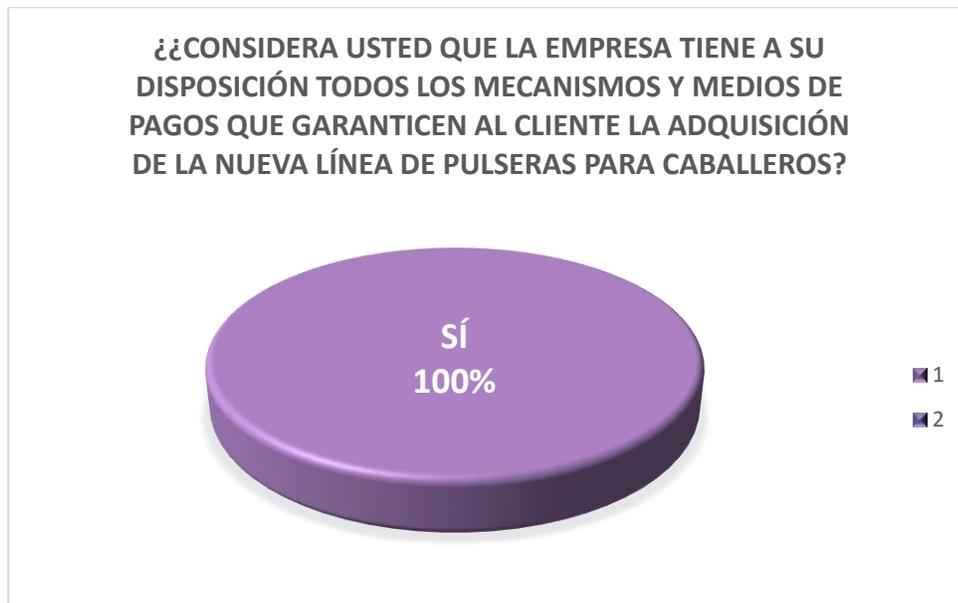


Gráfico N° 10: Mecanismos y medios de pagos

Análisis de los resultados: De los resultados obtenidos, el 100% de los encuestados, respondieron de forma afirmativa, es decir, el emprendimiento sí cuenta con la disposición de todos los mecanismos y medios de pagos para garantizar al cliente la adquisición de la nueva línea de pulseras para caballeros.

Ítems N°11:

¿Considera usted que la empresa dispone del personal técnicamente formado y con los equipos necesarios para producir y comercializar una nueva línea de producto?

Cuadro N° 13: Personal Técnico y Equipos para producir una nueva línea de producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	3	75%
NO	1	25%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Gráfico N° 11: Personal Técnico y Equipos para producir una nueva línea de producto

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados, se puede observar que el 75% escogieron la respuesta SI, mientras que el 25% respondió a la pregunta con un NO, se evidencia, que la mayoría considera que la empresa dispone del personal técnicamente formado y con los equipos necesarios para producir y comercializar una nueva línea de producto.

Ítems N° 12:

¿Considera usted que la empresa posee unas alianzas y relaciones comerciales con proveedores, las cuales le garantizarían el producir una línea de producto?

Cuadro N° 14: Alianzas y Relaciones Comerciales con Proveedores

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)



Gráfico N° 12: Alianzas y Relaciones Comerciales con Proveedores

Análisis de los resultados: En cuanto a los aliados y proveedores situados en el mercado, el 100% de los encuestados, respondió que SI, afirmando así que, afirmando así que, la muestra completa considera que la empresa posee unas alianzas y relaciones comerciales con proveedores, las cuales le garantizarían el producir una línea de producto.

Ítems N°13:

¿Considera usted que la empresa estimó y tomó en consideración los elementos necesarios, para determinar una estructura de costo para nueva línea de pulseras para caballeros?

Cuadro N° 15: Estructura de costo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE (%)
SÍ	4	100%
NO	0	0%
TOTALES	4	100%

Fuente: Guédez (2022)

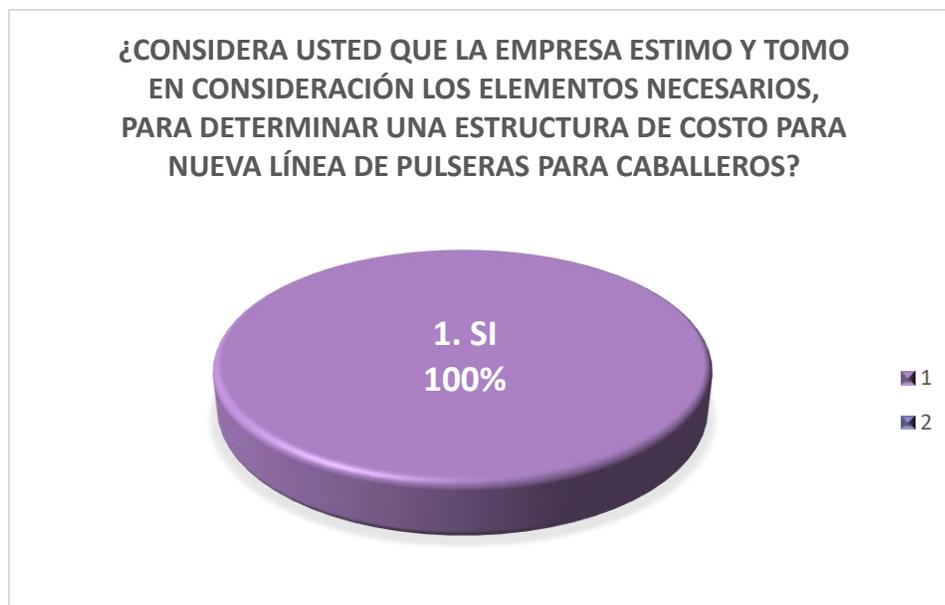


Gráfico N° 13: Estructura de costo

Análisis de los resultados: En este ítem, la totalidad de la muestra consultada consideró que la empresa estimó y tomó en consideración los elementos necesarios, para determinar una estructura de costo para nueva línea de pulseras para caballeros.

Como resultado del objetivo específico, se elaboró el plan de negocio para impulsar la comercialización de la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería, basado en la Metodología CANVAS. En este sentido, según este modelo de negocio permite describir las bases sobre las que una empresa se crea, proporciona o capta valor, permitiendo la evaluación, a grandes rasgos, de las ideas para el negocio y respondiendo diversas interrogantes para el mejoramiento del mismo. Por ello, el método Canvas se usa como iniciativa anticipada para plasmar el modelo empresarial que se ejecutara con el propósito de detectar la viabilidad del plan, teniendo en cuenta los 9 módulos, que representan las áreas claves que se deben analizar para el plan de negocio. Dichos módulos, reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir un objetivo.

1. Segmento de clientes

El producto va enfocado y dirigido a los caballeros entre 15 a 25 años de edad, a los cuales les guste usar accesorios masculinos.

2. Oferta de valor

La propuesta de valor es brindar un producto distinto y poco común en el mercado, innovando en el mercado masculino y captando la atención de los caballeros. Es por ello que se oferta la propuesta de pulseras para caballeros, elaboradas con hilo de pulsera, goma elástica para pulseras, ojo de tigre, dijes de acero, piedra volcánica, piedra negra.

3. Canales

El canal inmediato para obtener información sobre el producto, es mediante las redes sociales, tales como Instagram, WhatsApp y Facebook.

4. Relaciones con clientes

La relación con los clientes será de forma indirecta debido a que se cuenta con redes sociales por las cuales se promocionará el producto. El trato hacia los clientes será de manera amable y atenta.

5. Fuente de ingresos

La principal fuente de ingreso es obtenida por las ventas anteriores de pulseras para dama, en efectivo y en pago electrónico

6. Recursos clave

Los materiales con los que se cuentan para la producción son los hilos para las pulseras, las herramientas y pinzas necesarias, tijera y la pedrería. Además de contar con las plataformas digitales, que también es un recurso clave para llegar a más público.

7. Actividad clave

Producción de pulseras. Seguimiento y darlo a conocer en redes sociales. Comunicación con los clientes. Ventas.

8. Red de socios

Se cuenta con proveedores que facilitan materia prima para la producción de las pulseras. Existen dos proveedores que suministran los insumos necesarios, “Las Bellas” y “Alex Wu”.

9. Estructura de costo

Materia prima: 31.86 \$

Otros gastos: 4,00 \$

Pulsera para caballeros

Total de costo de una pulsera Modelo 1: 1,32\$

Total de precio de venta de una pulsera Modelo 1: 2,50\$

MODELO CANVAS



MOMENTO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En el desarrollo del presente trabajo de investigación, desde el diagnóstico, el planteamiento del problema hasta la elaboración de los objetivos planteados para la creación de un plan de negocio para una nueva línea de producto para el Emprendimiento Daisy Bisutería, ha dejado un sinnúmero de conocimientos y aprendizajes que nutren la experiencia del investigador, puesto que permite poner en práctica y aplicar el conocimiento adquirido, e implementar un plan de negocio de forma estratégica para el mejoramiento del emprendimiento, dando así importantes resultados que ayudaron y facilitaron las conclusiones.

Cabe resaltar que, este proceso no es algo que deba tomarse a la ligera, amerita tiempo, recursos, esfuerzo y toda la información necesaria para poder abordar correctamente todo lo solicitado para superar cada etapa, para así asegurar el éxito del plan de negocio en conjunto al éxito del producto ofrecido en el mercado. En el mismo sentido, el objetivo principal de esta investigación fue Diseñar un plan de negocios para la creación de una nueva línea de producto para el emprendimiento Daisy Bisutería, el cual se cumplió de forma acertada, por medio del desarrollo y elaboración de cada uno de los objetivos, se logró llegar a las siguientes conclusiones.

En esta investigación, se diagnosticó la necesidad de elaborar un Plan de Negocio para la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería, por lo cual, en este sentido tenemos, que existe una gran competencia para el mercado actual de la empresa el emprendimiento Daisy Bisutería, por otro lado, la actual línea de productos de la empresa, tiene una buena demanda del público en su mercado, al mismo tiempo, la mayoría de la muestra consultada considera que si está de acuerdo con que se implemente una nueva línea de productos para la empresa a los fines de captar otro tipo de clientela.

Por lo cual, se evidencia que el emprendimiento Daisy Bisutería tiene como una posible opción de implementar un nuevo producto dentro del mercado actual, sin embargo, se evidencia que en cuanto a la muestra consultada, esta presenta una división de opinión acerca de si la nueva

línea de producto, debería estar enfocada en los caballeros, entre 15 y 25 años de edad como un producto novedoso para el emprendimiento Daisy Bisutería, en atención a esto, se concluye que existe la necesidad de presentar un Plan de Negocio para la nueva línea de producto del emprendimiento Daisy Bisutería, a los fines de solventar lo de competencia y aprovechar sus capacidades como emprendimiento.

En este trabajo de investigación se desarrolló el Modelo de Negocio adecuado que permita determinar un escenario que genere la mayor rentabilidad para el emprendimiento Daisy Bisutería, por lo cual, los resultados encontrados presentan que la utilización de herramientas tecnológicas como Facebook, Instagram, WhatsApp, grupos y redes sociales, aumentarían la cantidad de interesados en una nueva línea de producto, de modo similar, la empresa dispone del personal técnicamente formado y con los equipos necesarios para producir y comercializar una nueva línea de producto y al mismo tiempo, la utilización de herramientas tecnológicas y redes sociales, aumentarían la cantidad de interesados en una nueva línea de producto, más sin embargo, la empresa posee unas alianzas y relaciones comerciales con proveedores, las cuales le garantizarían el producir una línea de producto.

Por otro lado, la empresa está en condiciones de colocar en el mercado una nueva línea de pulseras para caballeros de entre 15 a 25 años de edad, pero paralelamente, una gran mayoría del público masculino de entre 15 a 25 años de edad, estarían interesados en adquirir una nueva línea de pulseras para caballeros, en consecuencia, se considera que la empresa tiene los mejores canales de distribución para dar a conocer y promocionar la nueva línea de producto.

En otro orden de ideas, la empresa mantiene unas buenas relaciones públicas y de asesoramiento, que le garantizan al cliente valorar su compra, como la mejor opción a sus gustos y necesidades, por otra parte, la empresa estimó y tomó en consideración los elementos necesarios, para determinar una estructura de costo para nueva línea de pulseras para caballeros, pero también, de modo accesorio, la empresa cuenta con la disposición de todos los mecanismos y medios de pagos para garantizar al cliente la adquisición de la nueva línea de pulseras para caballeros.

En consecuencia, se concluye que la empresa cuenta unas series de condiciones idóneas para plantear un modelo de plan de negocio ajustado a la Metodología CANVAS, a los fines de la creación de un plan de negocio para una nueva línea de producto para el Emprendimiento Daisy Bisutería, el cual es fácil y sencillo de implementar, y gracias a sus 9 segmentos que fragmentan toda la información necesaria y requerida para el emprendimiento, se logró plasmar y rellenar

todos los recuadros, dando como resultado un escenario que muestra la mejor rentabilidad para el emprendimiento Daisy Bisutería

Recomendaciones

Con base a las conclusiones presentadas se plantean algunas recomendaciones en referencia a el análisis e interpretación de los resultados.

Se recomienda cubrir la necesidad en el mercado masculino y mantener la novedad en ella, por medio de la nueva línea, además de, a futuro expandir más las pulseras con nuevos modelos o implementar otra línea de producto.

Igualmente, se aconseja, mantener el Método Canvas para el emprendimiento y cada una de las nuevas propuestas ofrecidas por la marca, siempre buscando la mayor rentabilidad. Además de, elaborar un sistema de costo y un control de inventario para conocer la disponibilidad y/o necesidad de la materia prima.

Por último, se recomienda, registrar el emprendimiento con la finalidad de contar con los papeles legales, a la par de un contador para llegar todos los registros contables al día.

REFERENCIAS

Referencias Bibliográficas

Referencias electrónicas

- (S.A). (2019). *La bisutería, su historia y su actualidad en Venezuela*. Sitio: Noingrama Show. <https://noingrama.blogspot.com/2019/02/la-bisuteria-su-historia-y-su.html> [Consultado el 22/09/2022]
- (S.A) (2015). *Tesis 0636 Adm.* Sitio: Issuu.com https://issuu.com/maosabo/docs/trabajo_de_grado_d01cc7509a257f [Consultado el 22/09/2022]
- (Morera, D., Celis A.). (2017). *Plan de negocios para la producción y comercialización de bisutería artesanal de la empresa Divina Envidia*. [PDF en línea] https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1193&context=finanzas_comercio [Consultado el 22/09/2022]
- (Martín, C.). (2015). *La historia de la joyería. Parte 3*. [Blog en línea] <https://joyeriataffei.es/blog/6-la-historia-de-la-joyeria-parte-3.html> [Consultado el 22/09/2022]
- (Alfaya, F.) (2019). *Las mujeres toman las riendas del consumo de joyería*. <https://www.925lab.com/mujeres-toman-riendas-consumo-joyeria/> [Consultado el 22/09/2022]
- (Mora, P.) (2019). *Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social*. [PDF en línea] <https://www.redalyc.org/journal/5711/571162031002/571162031002.pdf> [Consultado el 16/10/2022]
- <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Rivas Ariana. (2015). *Emprendimiento en Venezuela*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/emprendimiento-en-venezuela/> [Consultado el 16/10/2022]
- Recuperado de <https://www.camjol.info/index.php/recsp/article/view/6611/6341> [Consultado el 22/10/2022]
- Llamo M., y Olivos M. (2018). *Propuesta de modelo de negocio basado en lean Canvas para la empresa don mixto restaurant, Chiclayo – 2017* [PDF en línea]

- https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1560/1/TL_LlamoIrigoinMarilu_OlivosMioMariaFe.pdf [Consultado el 23/10/2022]
- Lapo S. (2022). *Propuesta de la creación de una empresa de bisutería personalizada con piedras naturales y acero inoxidable para hombres en la ciudad de Guayaquil*. [PDF en línea] <http://201.159.223.180/bitstream/3317/19410/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-358.pdf> [Consultado el 22/10/2022]
- Br. Ruíz Domeka y Br. Ruíz Ainoa (2018). *Plan de negocio para la producción de cables auxiliares de Baterías de automóviles. Caso: empresa soluciones vgl 2019. Municipio Baruta, año 2017*. [PDF en línea] <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/3181/1/TG5867-Completa%20Calif%2019.pdf> [Consultado el 22/10/2022]
- Quiroa, M. (2019). *Análisis del entorno (marketing)*. Guatemala: Economipedia. [Documento en línea]. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-del-entornomarketing.html> [Consultado el 22/10/2022]
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresariado innovador. Práctica y los principios*. Ed. Sudamericana. Disponible: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332021000100006&script=sci_arttext [Consultado el 22/10/2022]
- Baca Urbina (2010). *Evaluación de proyectos*, México
- Kloter & Armstrong (2013). *Fundamentos de Marketing* [Documento en línea] Disponible en: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf. [Consultado 22/10/2022]
- Quiroa, Myriam (2019). *Análisis del entorno (marketing)*. [Documento en línea], disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-del-entorno-marketing.html> [Consultado: 21/10/22]
- Código Civil Gaceta N° 2.990 Extraordinaria del 26 de Julio de 1982*. [Documento en línea]. Disponible: https://www.vav.com.ve/assets/Documents/leyes/codigo_civil.pdf. [Consultado el 22/10/2022]
- Código de Comercio Venezolano Gaceta Oficial Extraordinaria N.° 475 del 21 de diciembre del 1955*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.finanzas.usb.ve/sites/default/files/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf> [Consultado el 21/10/2022]

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV)*, Gaceta Oficial N° 36.860 del 30 de diciembre del 1999. [Documento en línea]. Disponible: https://www.oas.org/dil/esp/constitucion_venezuela.pdf [Consultado el 23/10/2022]
- Arias, Fidias (2012). *El proyecto de investigación*, Caracas, Venezuela Editorial Episteme. [Documento en línea]. Disponible: https://www.academia.edu/23573985/El_proyecto_de_investigaci%C3%B3n_6ta_Edici%C3%B3n_Fidias_G_Arias_FREELIBROS_ORG [Consultado el 23/10/2022]
- Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica*. México: Edit. México. [Documento en línea]. Disponible: https://www.academia.edu/7012157/MARIO_TAMAYO_Y_TAMAYO [Consultado el 27/10/2022]
- Sampieri. Roberto (2006). *Metodología de la Investigación*. México [Documento en línea]. Disponible: https://www.academia.edu/19094794/LIBRO_metodologia_de_la_investigacion_4ta_edicion_sampieri_2006_ocr [Consultado el 27/10/2022]

ANEXOS

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO
EXTENSIÓN BARQUISIMETO**

CUESTIONARIO

- A continuación, se presenta un grupo de preguntas, ante las cuales debe expresar su opinión seleccionando una alternativa en cada ítem, encerrando con un círculo aquella opción que corresponda con su preferencia.
- Cada situación planteada presenta dos (2) alternativas de respuesta: SI o NO, responda usted pensando en cuál de las dos es la alternativa correcta.
- Lea cuidadosamente todo el cuestionario antes de responder la pregunta.

Nº	PREGUNTAS	SÍ	NO
1	¿Considera usted que existe una gran competencia para el mercado actual de la empresa?		
2	¿Considera usted que la actual línea de productos de la empresa, tiene una buena demanda del público en su mercado?		
3	¿Está de acuerdo en que se implemente una nueva línea de productos para la empresa a los fines de captar otro tipo de clientela?		
4	¿Cree usted que la nueva línea de producto, debería estar enfocada en los caballeros, entre 15 y 25 años de edad como un producto novedoso?		
5	¿Considera usted que la utilización de herramientas tecnológicas como Facebook, Instagram, WhatsApp, grupos y redes sociales, aumentarían la cantidad de interesados en una nueva línea de producto?		
6	¿Considera usted que la empresa dispone del personal técnicamente formado y con los equipos necesarios para producir y comercializar una nueva línea de producto?		
7	¿Considera usted que la empresa posee unas alianzas y relaciones comerciales con proveedores, las cuales le garantizarían el producir una línea de producto?		

8	¿Considera usted que la empresa está en condiciones de colocar en el mercado una nueva línea de pulseras para caballeros de entre 15 a 25 años de edad?		
9	¿Considera usted que una gran mayoría del público masculino de entre 15 a 25 años de edad, estarían interesados en adquirir una nueva línea de pulseras para caballeros?		
10	¿Considera usted que la empresa tiene los mejores canales de distribución para dar a conocer y promocionar la nueva línea de producto?		
11	¿Considera usted que la empresa mantiene unas buenas relaciones públicas y de asesoramiento, que garanticen al cliente valorar su compra, como la mejor opción a sus gustos y necesidades?		
12	¿Considera usted que la empresa estimo y tomo en consideración los elementos necesarios, para determinar una estructura de costo para nueva línea de pulseras para caballeros?		
13	¿Considera usted que la empresa tiene a su disposición todos los mecanismos y medios de pagos que garanticen al cliente la adquisición de la nueva línea de pulseras para caballeros?		