



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA REORGANIZACIÓN-DEL EMPRENDIMIENTO
DE ROPA AL ESTILO CRISTIANA DE INVERSIONES JESHUA**

Autor: Jenifer Mendoza
Asesor: Alexander Zerpa

Barquisimeto, 14 de diciembre de 2022



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA REORGANIZACIÓN-DEL EMPRENDIMIENTO
DE ROPA AL ESTILO CRISTIANA DE INVERSIONES JESHUA**

Requisito para optar el grado de Técnico Superior Universitario en Contaduría

Autor: Jenifer Mendoza
Asesor: Alexander Zerpa

Barquisimeto, 14 de diciembre de 2022

APROBACIÓN DEL ASESOR ACADEMICO

En mi carácter de Asesor Académico del Trabajo de Investigación presentado por el (la) (los) Ciudadano(a) (s) JENIFER MENDOZA C.I. N° _28144651 para optar al Grado de TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO en CONTADURÍA, 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 veintiocho días del mes de noviembre De 2022.

Nombre: ALEXANDER JOSÉ ZERPA RODRÍGUEZ

Firma:



C.I.: V-13.034.560

VEREDICTO

Quienes suscribimos, Prof. Alexander Zerpa C.I.: V-13.034.560 (Asesor Académico); Profe. Rafael Segura C.I.:V-9.627.005 (Jurado), Prof. Miguel Soto (a) C.I.:V-3.526.785 (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.: Jenifer Carolina Mendoza Rodríguez C.I.:V-28.144.651

Titulado: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA REORGANIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DE ROPA ESTILO CRISTIANA DE INVERSIONES JESHUA

Hacemos constar que hoy, 14 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) Rafael Segura

Jurado
C.I.: V-9.627.005





Prof. (a) Miguel Soto
Jurado
C.I.: V-3.526.785



Prof. Alexander Zerpa
Asesor
C.I.: V-13.034.560

DEDICATORIA

Ya que no fui la única esforzada para lograr este objetivo, en sentido de gratitud dedico este trabajo a los seres más influyentes en mi caminar universitario.

A Dios, patrocinador de mis sueños.

A mis padres, principal apoyo como ningún otro en la tierra.

A mi esposo, compañero de vida, quién celebra mis victorias y me ayuda en las caídas.

A mis abuelos, oran por mí con amor y esmero, en especial mi abuelita Luz.

GRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a:

YHVH Jireh por ser el principal proveedor de todo lo necesario hasta al momento para poder estudiar, nunca faltó, ni siquiera en plena crisis económica.

YHVH Rafah por ser mi sanador al momento de enfermarse en medio del periodo académico, incluyendo el tiempo de pandemia.

A mi **Señor Jesús**, por sorprenderme con palabras bonitas aun cuando muchas veces sentí que no podía, me ayudaste a perseverar ¡gracias!

A mi mejor amigo, el **Espíritu Santo**, por nunca abandonarme, en especial por acompañarme cada mañana cuando debía madrugar y caminar solo con él por calles oscuras a las 5am para lograr encontrar transporte, siempre me dio miedo, pero su compañía me ayudo a llegar temprano a la universidad.

A mis padres, por ser los pilares que Dios colocó para guiarme en cada paso que doy, y siempre apoyar mis sueños y metas.

A mi esposo, quien fue mi amigo, novio en diferentes temporadas de mis estudios y en cada faceta ha marco mi vida con su apoyo emocional, espiritual y monetario.

A mi pastor y amigos de la iglesia por orar por mí y darme animo con sus palabras.

A mis cachorras, por su amor incondicional, sin saberlo me desestresaba con sus cariños.

A mis familiares, en especial a mis abuelos y madrina, cada acto de amor de su parte queda marcada en mi corazón.

Al **IUJO**, y todo el gremio educativo, que pusieron su granito de arena para formarme en esta carrera, en especial a la profesora Yusmary Diaz que tiene un gran corazón y Lisbeth Oza, una gran docente y profesional en todo lo que hace.

A mi asesor, el profesor Alexander Zerpa por su esmero y apoyo para orientarme en la elaboración de este importante trabajo.

A mis amigas de la universidad, por su hermosa amistad y hacer mi experiencia universitaria más agradable a su lado.

A todos y cada uno de los que nombré, y aquellos que no alcanzo a nombrar, gracias.

Oro por ustedes para que Dios les multiplique en bendiciones todo lo bueno que hicieron por mí.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
LISTA DE CUADROS	iv
LISTA DE GRAFICOS	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCION	1
MOMENTO I. SITUACION OBJETO DE ESTUDIO	3
Descripción detallada de la situación objeto de estudio	3
Objetivos de la investigación	7
Justificación de la investigación	8
Alcance de la investigación	9
MOMENTO II. SOPORTE CONCEPPTUAL	10
Antecedentes de la Investigación	10
Bases teóricas	12
Bases Legales	20
MOMENTO III. ORIENTACION PROCEDIMENTAL	24
Naturaleza de la investigación	24
Población y muestra	25
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
MOMENTO IV. ANALISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
Análisis de resultados	29
Propuesta	29
MOMENTO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
ANEXOS	57
REFERENCIAS	60

LISTA DE CUADROS

Cuadro		Pág.
1	Operacionalización de variables	23
2	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 1	29
3	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 2	31
4	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 3	32
5	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 4	33
6	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 5	34
7	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 6	35
8	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 7	36
9	Respuestas emitidas por los clientes Ítems 8	37
10	Estudio económico- financiero	39
11	Estudio económico- financiero	40
12	Estudio económico- financiero	41
13	Estudio económico- financiero	41
14	Estudio económico- financiero	41
15	Estudio económico- financiero	43
16	Estudio económico- financiero	45
17	Estudio económico- financiero	46
18	Estudio económico- financiero	46
19	Estudio económico- financiero	46
20	Estudio económico- financiero	47
21	Estudio económico- financiero	48
22	Estudio económico- financiero	48
23	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 1	49
24	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 2	49
25	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 3	50
26	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 4	51
27	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 5	51

28	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 6	52
29	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 7	52
30	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 8	52
31	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 9	53
32	Autoevaluación de competencias emprendedoras Ítems 1-9	53

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico		Pág.
1	Estudio de Mercado Ítems 1: Oferta	30
2	Estudio de Mercado Ítems 2: Demanda	31
3	Estudio de Mercado Ítems 3: Demanda	32
4	Estudio de Mercado Ítems 4: Demanda	33
5	Estudio de Mercado Ítems 5: Precios	34
6	Estudio de Mercado Ítems 6: Precios	35
7	Estudio de Mercado Ítems 7: Competencia	36
8	Estudio de Mercado Ítems 8: Competencia	37
9	Autoevaluación competencias emprendedoras Ítems 1-9	53

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN
UNIVERSITARIA, CIENCIA Y TECNOLOGIA
INSTITUTO UNIVERSITARIO JESÚS OBRERO
EXTENSIÓN-BARQUISIMETO**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA REORGANIZACIÓN-DEL EMPRENDIMIENTO
DE ROPA AL ESTILO CRISTIANA DE INVERSIONES JESHUA**

Autora: Jenifer Mendoza
Asesor: Alexander Zerpa

RESUMEN

La planificación en los negocios es indispensable para una organización pues esta define y delimita la táctica general de la compañía para poder hacer sus fines en un periodo definido. Esto ayuda a visualizar escenarios, prospectar, entrenarse y tomar actividades. Cuando se habla de plan de negocios se hace referencia, a una serie de evaluaciones o estudios que enmarcan un informe predefinido antes de emprender una inversión, catalogada en tres divisiones el estudio de mercado, donde define oferta, demanda, precios y competencia, la indagación técnica operativa, donde se describen los recursos físicos y no físicos importantes para que la empresa opere y la evaluación económico financiera, en la cual se realizan los respectivos cálculos que estimaran los acontecimientos futuros. En base a lo dicho tuvo su principio, dicha investigación, nombrándose así Plan de Negocios para Reorganizar el Emprendimiento de ropa al Estilo Cristiana Inversiones Jeshua. De igual manera, estuvo enfocada en un paradigma positivista debido a que busca resumir, y cuantificar los resultados de manera matemática y estadística para luego interpretarlos referido también al enfoque cuantitativo, a su vez esta cimentada se ubica dentro de los esquemas de proyecto factible, dado a que busca solventar una problemática provista de una realidad, que posee antecedentes pasados de investigaciones similares, enmarcando un diseño de campo puesto que la misma se realizó en el ámbito natural en el cual se produce la variable objeto de estudio. La población seleccionada fueron 150 mujeres de las congregaciones del Concilio F.V.E, y la muestra 50 de ellas, aplicando una encuesta como técnica y un cuestionario como instrumento. Finalmente se llegó a la conclusión que el proyecto es rentable y factible para reorganizar al emprendimiento.

Descriptor: Plan de negocios, emprendimiento.

INTRODUCCIÓN

Al revisar la historia en el mundo, se puede notar la evolución de la humanidad en ciertas áreas, se ha pasado del trueque entre tribus y etnias, a la creación de una moneda para el comercio, paso que ha marcó a la humanidad siendo uno de los principales motores que impulsa la sociedad. Ciertamente son muchas las habilidades que ha explotado el hombre de sí mismo, pero en la actualidad, el talento de hacer negocios se ha vuelto muy relevante. Se conoce su existencia desde los pequeños abastos, hasta los grandes convenios entre industrias para exportar insumos alrededor del mundo, pero algo de lo que se debe exponer claramente es que toda empresa tiene su origen en una mente emprendedora.

Para hablar de emprendimiento, se debe saber que comprende el proceso de diseñar, proyectar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso. Sin embargo, es de resaltar, que todas estas cosas dependen del diseño o planificación del negocio, siendo este el único que puede aportar la seguridad para la toma de decisiones, ya que según sea la información recolectada, se podrá notar su rentabilidad y posibilidad de surgir en una economía tan cambiante como la que se presencia. Para ser más específicos en cuanto a su importancia, se toma en cuenta lo dicho por Bonilla, (2006) el cual asume que *“la planificación es un proceso que nos lleva a prever el futuro de cualquier organización”*. En otras palabras, la planificación asume un gran rol dentro de una empresa, ya que su función principal es estudiar estratégicamente el mercado, la factibilidad técnica- operativa y económica financiera, lo que a su vez demostrará en una vista completa la posición de la empresa.

Es de mencionar, que el presente trabajo de investigación, busca brindar herramientas para reorganizar el Emprendimiento Inversiones Jeshua, a través de un plan de negocios, dicho estudio posee un paradigma positivista y enfoque cuantitativo debido a que se pretende medir y calcular los hechos para llegar a claras conclusiones, así mismo, se ubica dentro de los esquemas de proyecto factible, dado a que busca solventar una problemática provista de

una realidad, que posee antecedentes pasados de investigaciones similares, enmarcando un diseño de campo puesto que la misma se realizó en el ámbito natural en el cual se produce la variable objeto de estudio.

Por otro lado, se figura de la siguiente manera la estructura del proyecto en estudio:

Momento I. Situación objeto de estudio: En dado capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, se formulan los objetos del trabajo, la justificación y los alcances de la investigación.

Momento II. Soporte conceptual: En este, se realiza una revisión de los antecedentes relativos a investigaciones apegada a la temática tratada, se desarrollan las bases teóricas, las bases legales, así como la operacionalización de las variables.

Momento III. Orientación procedimental: Este remite el establecimiento del paradigma de investigación, enfoque, tipo y diseño de la misma, población y muestra e instrumentos de recolección de datos.

Momento IV. Análisis y presentación de resultados de la Investigación: Aquí llega el momento de aplicar cada paso enmarcado en la división anterior. Se analizan los resultados y se establece la propuesta.

Momento V. Conclusiones y recomendaciones: Finalmente se concluye, exponiendo si se lograron o no los objetivos y se realizan las recomendaciones necesarias.

MOMENTO I

SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Descripción del problema

A lo largo del tiempo el hombre ha ideado distintas herramientas para abastecer sus necesidades, desde la sobrevivencia hasta grandes proyectos de superación personal que han arrojado el éxito, dando resultados importantes en descubrimientos y saberes para la humanidad. En el mundo comercial, son muchas las ramas que se han dado a conocer al mundo, entre ellas están los emprendimientos personales, que sin duda alguna son pioneros de lo que ahora conocemos como grandes industrias. A lo largo de la historia, se puede notar como resalta la participación de grandes emprendedores que dieron a luz a las poderosas industrias de hoy día, como Lee Byung-Chul creador de SAMSUNG, Bill Gates y Paul Allen fundadores de Microsoft o Steve Jobs el magnate que ideó a Apple. Todos estos iniciaron desde cero con grandes ideas y pocas oportunidades ofrecidas por el mundo, pero a través de su labor demuestran que solo hace falta abrirse paso perseverando y mejorando después de cada error.

Es necesario enfatizar, que si bien los emprendimientos en muchos de los casos terminan siendo muy exitosos, la mayoría de veces no logran su propósito por distintas causas que suelen ser repetitivas y amenazantes en una recién nacida empresa. De acuerdo a estadísticas mundiales, el 80% de las empresas en crecimiento fracasan en su primer año, el 75% de los negocios dejan de existir durante los primeros años de vida debido a fallas de liderazgo y problemas internos y el 70% desaparece después de la muerte de su fundador. Mientras que por otro lado se dice que las causas más comunes por la que una empresa fracasa, son la falta de planeación, falta de control, deficiencia en administración entre otros. Sin embargo, se dice que aunque las causas de los fracasos son certeras, la cifra porcentual solo es aproximada y no tan confiable. Se difiere entre muchas variables y cada una arroja un resultado distinto.

Si se habla a nivel internacional, según el informe más reciente de la SBA (La Agencia Federal de Pequeños Negocios de Estados Unidos), con datos de la Oficina de Estadísticas Laborales el 46% de todos los fracasos de empresas se atribuyó a la «incompetencia», un término general que puede referirse a la fijación de precios emocionales, al impago de impuestos, a la falta de planificación, al desconocimiento de la financiación y/o a la falta de experiencia en el mantenimiento de registros. Otro 30 % de los fracasos de empresas fueron atribuibles a una experiencia desequilibrada, o a la falta de experiencia en la gestión. En otras palabras, se puede notar que la falta de planificación entra en una de las cinco causas más relevantes en Estados Unidos.

Por otro lado, en un estudio hecho por Negocios Digitales Movistar se encuentra que en Argentina las Pymes son el motor de la sociedad ya que hay más de 600 mil en el país. Pero aun así, existe un número considerable de víctimas del fracaso o quiebra. Muchos de los casos se deben a la falta de planificación, mal liderazgo, falta de buen personal, deficiencia en operaciones, entre otros. Esta investigación enfatiza que casi el 90 % de las empresas fracasan por alguno de estos factores, donde se puede ver claramente que la falta de planificación vuelve a entrar en el rango de medición, atacando de la misma manera a la Pymes en Argentina.

También es necesario decir que en Venezuela, de acuerdo a distintos estudios, entre 8 y 9 de cada 10 emprendimientos fracasarán durante los primeros 5 años de existencia. Se trata de promedios que varían pero que a su vez demuestran que los fundadores suelen cometer una serie de errores muy parecidos sin importar el contexto o la nacionalidad. Estos errores se definen como: insuficiencias en fondos, no tratar una problemática real, falta de un equipo de trabajo capacitado, malos precios, superación de la competencia. Si se analiza bien el origen de cada uno de ellos, se llega al punto de decir que carecen de un elaborado plan de negocios, ya que esto es lo que fundamenta a la empresa para saber que tiene, que necesita y como alcanzará sus objetivos a futuro.

Según Longenecker (2007) “un plan de negocios, es un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se describen consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura”, otro concepto menciona que “es una forma de pensar sobre el futuro del negocio: a donde ir, cómo ir rápidamente, o que hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos” (More 2006). En otras palabras, el plan de negocios es una base esencial para sostener la vida de la empresa, porque a través de él se puede estructurar y planear la actividad comercial que se ejecutará de manera coherente con el entorno. Por tal razón será más sencillo evitar la falta de fondos, tener un equino inadecuado y demás consecuencias porque desde el principio se ajustara todo a la necesidad de la empresa.

En otro panorama, alrededor de 2.000.000 de negocios se crean en Venezuela anualmente, pero la mayoría de estos no supera los tres años y medio de existencia. Es una tendencia que ha revelado el Monitor Global del Emprendimiento, GEM, por sus siglas en inglés (*Global Entrepreneurship Monitor*) para el 2014. Se trata de un estudio anual de la actividad emprendedora, que se realiza en más de 50 países del mundo desde 1999. El coordinador del Centro de Emprendedores del Instituto de Estudios Superiores en Administración, precisa que “Entre el 18 % y el 20% de los venezolanos mayores de edad están iniciando un nuevo negocio. Todos los años se ve eso...y cuando se ve el porcentaje de emprendimientos que pasan de los tres años y medio es alrededor del 1% ó del 1,5%. Es decir, se tiene 20% de personas emprendiendo y a su vez 1,5% de personas con negocios con más de tres años y medio establecidos.... Hay una brecha súper fuerte allí entre los que nacen y los que se mantienen después de los 3,5 años”.

Así mismo, Carlos (2022) en su publicación demuestra “que al menos unos 300 jóvenes del municipio Cocorote de Yaracuy desarrollan diversos proyectos productivos en sus respectivas comunidades como parte del plan de emprendimiento del Gobierno nacional”. A través de esto, se puede resaltar la fuerte motivación que existe en el estado para emprender. El alcalde de Cocorote, Pedro Bolaño, explicó que en su jurisdicción los emprendedores se han organizado muy bien y ya han puesto en funcionamiento una variedad de proyectos que se enmarcan dentro de diversas áreas prioritarias para la población, como

son textil, gastronomía, bisutería, producción agrícola, cría de pollos y artesanía, entre otras. Sin embargo, es evidente en la sociedad que pocos son los que perseveran y se mantienen, algunos por falta de instrucción, otros por mala administración, también por la inexperiencia por lo que se hace necesario formarse desde un principio y en vista de esta problemática el Gobierno decidió solventar ese percance a través de diplomados en emprendimiento comunitario.

Para Jeffrey A. Timmons (1989) “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. En otras palabras, es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. El emprendimiento es una forma de superación personal que devela el éxito humano en el área comercial, para desarrollar ideas en entornos críticos dando soluciones a necesidades sociales. El mejor tiempo para emprender será el tiempo de crisis, pero no todos son valientes para tomar ese riesgo.

Tomando como ejemplo lo anteriormente expuesto, surge el nacimiento de Inversiones Jeshua la cual se remonta para el año 2021, en el mes de septiembre, cuando entonces la situación pandemia había dejado secuelas que habían afectado notablemente la economía, así como la devaluación de la moneda nacional aún estaba vigente y como método de crecimiento y expansión personal tuvo origen la idea de emprender con una micro empresa que le proporcionara a su clientela mercancía a crédito que pudiesen obtener en cómodas cuotas. Esta micro empresa, es administrada por una sola persona. La iniciativa se tuvo a través de la necesidad en el grupo de hermanos de las congregaciones del Concilio Fuente de Vida Eterna, ya que en el mercado no es muy común la clase de ropa que habitualmente usan, lo que hacía complicadas sus búsquedas en gustos, tallas, calidad y precios. En vista de esta situación Inversiones Jeshua se presenta para dar una solución a sus necesidades, además de flexibilidad en los pagos.

Aunque el negocio parece rentable, se conoce que esta microempresa carece de planeación ya que nunca se ha realizado un plan de negocios para controlar sus actividades, por lo que en muchas ocasiones es víctima de pérdidas que afectan notablemente su capital. También se puede notar que a pesar de que ha llegado a crecer en ventas en comparación con

sus primeros pasos, esta deficiente de estrategias de ventas, razón por la que usa solo un método que limita su radio de alcance, siendo poco conocida en otros lugares adyacentes al centro de Cambural y El Sector San José y la Florida de Yaritagua, en los cuales se inició con este negocio,

Debido a esta situación, se desea plantear una posible solución a través de un plan de negocios con la finalidad de reorganizar a Inversiones Jeshua C.A y darle un mejor rumbo a sus actividades y alcance, así como proporcionar una óptima organización para erradicar las pérdidas ocurridas en su trayectoria. En cuestión a esto surgen las siguientes interrogantes ¿Cuál es la factibilidad técnica, económico- financiera de mercado y operativa del emprendimiento de ropa estilo Cristiana de Inversiones Jeshua C.A?, ¿Se podrá establecer una alternativa con el plan de negocios para la reorganización del emprendimiento Inversiones Jeshua C.A?, ¿Será posible aplicar un plan de negocios para la reorganización del emprendimiento de ropa al estilo Cristiana Inversiones Jeshua C.A?

Objetivos de estudio

General

Crear un plan de negocios para la reorganización del emprendimiento de ropa al estilo cristiana de Inversiones Jeshua.

Específicos

- Determinar la factibilidad de mercado, técnico -operativo y económico-financiera del emprendimiento Inversiones Jeshua.
- Diseñar el plan de negocios para la reorganización del emprendimiento de ropa al estilo cristiana de Inversiones Jeshua.
- Proponer un plan de negocios para la reorganización del emprendimiento de ropa al estilo cristiana de Inversiones Jeshua.

Justificación e importancia

El avance de la actividad empresarial, denota una larga lista de procedimientos y técnicas para la mejora de sus labores en la sociedad, así como también garantizar la efectividad de su objetivo. Dentro de estas, se puede mencionar al plan de negocios, ya que este es imprescindible para una organización porque define y delimita la estrategia general de la empresa para lograr sus objetivos en un tiempo determinado. Esto ayuda a visualizar escenarios, prospectar, prepararse y tomar acciones. Un negocio con orden tiene una ventaja operativa para sobresalir entre sus competidores. De ahí la importancia de los planes, estrategias, programas y sistemas enfocados en que todos los procesos e ideas fluyan en la organización.

En el caso de Inversiones Jeshua C.A, se ha observado deficiencia en la organización de la misma, consecuentemente a la inexistencia inicial de un plan de negocios, lo cual ha traído grandes consecuencias como pérdidas en el capital, poca fama en su localidad, ventas limitadas, y un crecimiento lento a lo que va de su inauguración. Sin embargo, se ha propuesto crear un plan de negocios que se acople a las necesidades del emprendimiento y que solvete sus deficiencias presentadas anteriormente, para de esta manera proporcionarle un mejor futuro, garantizando una larga vida en el mercado y por supuesto el éxito siendo reconocida a nivel local, municipal y Estatal.

En atención a lo expuesto, es válido destacar que esta investigación será beneficiosa en el ámbito social porque solventa una problemática para un grupo de personas en específico las cuales no tienen las mismas oportunidades que las demás en el mercado, por tener gustos disímiles a la moda de la actualidad. A su vez, motivará a las grandes industrias a ofrecer más variedad en ropa por la demanda ocasionada por la población seleccionada, dando oportunidades a las microempresas a mejores precios y una gama más amplia de proveedores. También, en el área comercial de Yaritagua abrirá brecha para la venta de ropa cristiana en establecimientos fijos, ya que no hay tiendas con este propósito en los centros comerciales o calles de comercio. Por otro lado, en el ámbito económico, se

vuelve rentable porque proporcionará una forma de sacarle provecho al comercio de ropa con otras cualidades.

De la misma manera, se justifica en lo cultural-religioso porque dejará de ser tabú buscar una falda larga o un vestido sin escote dando facilidad a aquellas personas que obligatoriamente debían pagar a algún costurero para poder vestir al gusto. En sexto lugar, será de beneficio en el área metodológica ya que esta investigación proporcionará información de interés para futuros investigadores, los cuales podrán ampliar el rango de alcance de dicho proyecto. Así mismo, ayudará en el ámbito académico ya que será de motivación para los educandos emprendedores que posean ideas creativas para producir dinero, y finalmente en el ámbito práctico porque proporcionará herramientas necesarias para la subsistencia del emprendimiento tratado y los que se identifiquen con la misma problemática.

Alcance de la investigación

La investigación desarrollada en el emprendimiento Inversiones Jeshua C.A, vendedores de ropa al estilo cristiana de Yaritagua- Edo Yaracuy, a través de su proceso inductivo, tendrá por alcance la propuesta de un plan de negocios para la reorganización del mismo. Se espera de esta propuesta un modelo que optimice las funciones de su actividad comercial previendo una buena estructura, claridad en el presupuesto, proveedores convenientes y por supuesto estrategias para incrementar las ventas. Dando un nuevo panorama de lo que se pueda alcanzar a través de la implementación del mismo. La aplicación de este dependerá de la decisión de los dueños, tomando en cuenta el factor tiempo ya que dentro o no del periodo semestral podrá ejecutarse.

MOMENTO II

SOPORTE CONCEPTUAL

Antecedentes

A fin sustentar teóricamente el estudio y denotar la factibilidad del mismo, se estuvo en la necesidad de indagar profundamente en distintas fuentes informáticas, para descubrir la existencia de los diversos trabajos que a su vez tienen una afinidad con el problema en cuestión. Aunado a esto, Balestrini (2003: 27) certifica que: “todo hecho anterior a la formulación del problema que sirve para aclarar, juzgar e interpretar el problema planteado constituye los antecedentes.” En otras palabras, derivan una serie de saberes, trabajos o investigaciones anteriores a una problemática determinada, la cual está en relación inmediata con la línea de estudio que se apremia, para sustentar la formulación del problema y sintetizar conclusiones relevantes que aportan grandes atributos en su desarrollo. Sin embargo, es necesario enfatizar que establecer los antecedentes del problema, de ninguna manera es hacer un recuento histórico del mismo, sino que se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones y trabajos realizados sobre el problema formulado, con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación.

A nivel internacional, Villamar M. Ecuador (2020), en su proyecto de investigación ***“Factores que inciden en el fracaso de emprendimientos en la ciudad de Daule- Cabecera Cantonal”***, de tipo descriptiva con un enfoque mixto, disponiendo como instrumento de recolección de datos, la observación, la entrevista y la encuesta, las cuales fueron aplicadas a una muestra de 168 emprendimientos en la región de Guayaquil. En este apartado, se tiene el objetivo diagnosticar las distintas problemáticas que afectan a la Pymes. A través de esto, se llega a comprender que los factores que inciden en el fracaso de los emprendimientos son la falta de financiamiento y el poco éxito que tienen estos negocios dentro del mercado, la falencia más recurrente que tienen los emprendedores es que no logran realizar un plan de negocios al momento de emprender; asimismo, el no llevar una correcta administración de sus ingresos y gastos, ya que estos factores hacen que los negocios no duren por más de uno a tres años en mercado. Aunado a esto, se puede notar que la problemática en común con el

trabajo en cuestión (falta de planificación) es bastante relevante alrededor del mundo, por lo que se hace vital solventarla.

Por otro lado, Dominguez, N, y Noreña, Y. Guadalajara de Buga (2020), en su *trabajo “Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para mujer en la ciudad de Guadalajara de Buga”*, siendo esta, una investigación de tipo descriptiva, usando como instrumento de recolección de datos la observación, la encuesta y la entrevista aplicada a una muestra de 90 mujeres entre 25 y 49 años. Dicho estudio, tuvo como objeto principal usar el plan de negocio como vía para la creación de un emprendimiento de confección, el cual arrojó un resultado satisfactorio ya que cada uno de los planes de acción propuestos para el desarrollo de esta investigación, permitieron evaluar desde diferentes puntos el posible escenario en el cual se va a desenvolver la organización en un futuro, estableciendo los parámetros para su adecuado funcionamiento; en un sector de gran importancia para la economía colombiana.

A nivel nacional, Gutiérrez. M Bárbula (2018) en su estudio *“Modelo de negocio para un nuevo emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano”*, de tipo descriptiva, con un diseño de investigación de campo, no experimental del tipo transaccional, aplicando diversos instrumentos de evaluación como la observación, la encuesta y la entrevista. Su objeto principal fue proponer un modelo de negocio para un emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano, en la ciudad metropolitana de Valencia, aplicando las metodologías lean startup y canvas. En dicha investigación se concluye que no existen modelos de negocio en la ciudad metropolitana de Valencia que ofrezcan este producto o inclusive tiendas especializadas que lo tengan de importación, es decir, no se evidencia un canal formal de distribución o venta de este producto. Por lo tanto, la comercialización del queso vegetariano es factible, de acuerdo con el método aplicado en la elaboración del plan de negocios.

Igualmente, Cadena A. Caracas (2017) en su proyecto *“Estudio de la factibilidad económica financiera para la creación de una empresa dedicada al servicio de tintorería en el Centro Comercial El Recreo, Parroquia El Recreo- Distrito Capital”* catalogada como una investigación de proyecto factible con un diseño de campo, usando un cuestionario instrumento de recolección de datos. El objetivo principal de esta investigación fue estudiar

la factibilidad de económico financiera para la creación de una empresa dedicada al servicio de tintorería, el cual fue completado con éxito concluyendo que de acuerdo con la indagación realizada en el mercado potencial, existe una clara oportunidad de mercado, para imponer un modelo de negocio que asesore a los clientes en el cuidado de sus prendas, además de satisfacer las necesidades de la línea de especialización en la que se está.

Y en último lugar, pero no menos importante a nivel local, se encuentra Cegarra. M y Torrealba. S. Yaracuy (2019) en su trabajo *“Estudio de factibilidad económica para la instalación de una empresa dedicada a la elaboración de pan salado en Sabana de Parra-Edo Yaracuy”* el cual se identifica como proyecto factible enfocado en un diseño de campo, en tal investigación, se aplica un cuestionario como método de recolección de datos a una muestra de 86 personas habitantes de la comunidad. Una vez realizados los cálculos requeridos para determinar la viabilidad del proyecto, concluyeron en que era rentable instalar el negocio por la inexistencia de competencia cercana, así como también fue viable en el área económica.

Bases teóricas

Para dar continuidad a la investigación, es necesario definir puntualmente las variables en estudio, las cuales arrojaran indicadores que permitirán medir el problema. Cada una de ellas se plantea como bases teóricas. De acuerdo con Arias, (2006) “una base teórica se refiere al desarrollo de los aspectos generales del tema, que comprenden un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado.

Plan de Negocio

Según Longenecker (2007) “el plan de negocio es un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se relatan consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura”, otro concepto menciona “que es una forma de pensar sobre el futuro del negocio: a donde ir, cómo ir rápidamente, o que hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos” More (2006). Dejando en claro que es una herramienta vital para el éxito, ya que solo a través de él se puede tener el

conocimiento a nivel técnico, económico-financiero, de mercado y operativo que arrojaran información importante para direccionar óptimamente la empresa.

Se podrá tener una serie de definiciones, pero lo trascendental en la realización de un plan de negocios es tener en cuenta los principales elementos que lo forman:

Estudio de Mercado

De acuerdo con Da Silva. D (2021) “Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado del mercado”. En otras palabras, es una investigación para analizar la viabilidad comercial y económica de una idea, un proyecto empresarial, un producto o un servicio con el propósito de conocer en profundidad la clientela que se pretende conquistar, así como también su grado de rentabilidad. Cabe destacar que el éxito de la empresa dependerá de la actualización de los deseos de los clientes a través de estudios de mercado reales donde se tenga en cuenta el potencial del mercado, la competencia para aplicar actividades de marketing organizadas que de una u otra forma cautiven al cliente.

Oferta

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro “Mercadotecnia”, la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los fabricantes están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Es decir, es la cuantía en producción que la empresa puede suplir en el lugar donde está ubicada o el radio que quiere alcanzar, pueden ser bienes o servicios y deben tener un precio establecido para poder ofertar en el movimiento comercial. Ahora bien, la oferta es importante porque en cualquier procedimiento económico, ya sea una economía proyectada o de libre mercado, la oferta ejerce un papel vital en la definición de los precios, ya que por su estrecha interrelación con la demanda le admite la oportunidad transformar la cuantificación y valoración de productos y servicios en necesidades humanas.

Demanda

De la misma manera, los autores Laura Fisher y Jorge Espejo, en su libro "Mercadotecnia", expresan que la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado". Esto se refiere, a las solicitudes o peticiones por parte de los clientes de un bien o servicio, los cuales estarán dispuestos a pagar el precio ofertado. Asimismo, es resaltante que el nivel de demanda determina el monto de la inversión. En consecuencia, también determina la producción futura, los costos operativos, los recursos requeridos, el capital humano requerido, los riesgos, etc. Es ineludible analizar todos estos aspectos, que cambiarán en función de los productos y servicios del proyecto y del análisis de mercado previo.

Precios

Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", expresan que el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio". En otro panorama, se puede decir, que el precio es el costo del producto más la ganancia de la empresa, o el beneficio que se obtendrá a través de comercializar el bien o servicio. De igual manera, hay que describir la relevancia que este tiene en el mercado, ya que su tarea es proporcionar a los participantes económicos (consumidores y proveedores) información importante sobre la situación de la oferta y la demanda en un mercado particular o la deficiencia en la producción. De esta forma, podrán tomar mejores decisiones de consumo y producción. También, resulta ser el mecanismo más importante por el cual las empresas compiten en el mercado, a través del cual pueden percibir las preferencias de los consumidores.

Competencia

Sandoval, (2011) define la competencia como “la rivalidad entre empresas que participan en un mercado, aplicando sus mejores estrategias de manera que pueden minimizar sus costos, maximizar sus ganancias y así mantenerse activas e innovadoras frente a otras empresas rivales”. De forma más amplia, esta no es más que la actividad que se produce dentro del grupo de personas jurídicas que se especializan en la misma área de comercio ubicadas de forma cercana geográficamente o que tengan el mismo o disímiles alcances a nivel territorial. Se le dice actividad, porque a causa de la rivalidad, las empresas deben ofertar mejor sus productos para ir delante de aquellos antagonistas.

Por otro lado, se dice que el propósito de esta actividad es garantizar la competencia leal entre las empresas. Debido a que esta promueve el espíritu empresarial y la eficiencia, brindando a los consumidores más opciones, lo que ayudará a reducir los precios y mejorar la calidad en los productos, así como también impulsará a los implicados a la creatividad e innovación para variar y tener una oferta más amplia ya que en un mercado competitivo las empresas deberán esforzarse en diferenciar sus productos del resto haciéndolos únicos en sus características. Con todo esto, se extenderá la oferta y los consumidores pueden optar por el mejor producto que les ofrece la más alta relación entre precio y calidad.

Estudio técnico-operativo

Según Rosales (2005) un estudio técnico se define como “aquel que permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas”. En otro panorama, consiste sencillamente en hacer una observación del proceso de producción de un bien o servicio, o del proceso de operación para lograr comercializar un producto, con el fin de analizar esa información y realizar un proyecto de inversión. De otra forma, su uso es sumamente necesario ya que radica en la oportunidad de realizar investigaciones o estimaciones económicas de las variables técnicas del proyecto, que permite la apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; Además de brindar

información útil para la investigación económica y financiera debido a que su objetivo primordial es demostrar la viabilidad del proyecto.

Ubicación e instalaciones

En acuerdo con Jack Fleitman esto se refiere, “a la ubicación geográfica de la empresa, el tipo de instalaciones y características del lugar donde se encuentra ubicada, superficie del lugar, planos de distribución, mostrar espacios para los planes de crecimiento y expansión”. En otras palabras, la localización geográfica es una elección de tipo estratégico, esencial para la viabilidad del comercio que se pretenda. Esa elección dependerá de ciertos componentes que tienen la posibilidad de promover o afectar la actividad económica presente y futura de la organización en una cierta urbe, municipio, región o zona. Así mismo, cuando se habla de las instalaciones se hace referencia a las construcciones y servicios básicos sobre las cuales se sustenta la obra de un comercio. Normalmente se cree que la infraestructura solo encierra los bienes tangibles, sin embargo, los programas y herramientas tecnológicas como los servicios básicos son considerados a su vez como parte de las instalaciones comerciales.

Herramientas tecnológicas

Según Roque R y otros (2016) “Para el componente tecnológico de una estrategia de negocios, las empresas deben considerar al hardware (equipos y dispositivos), al software (programas y datos) y al recurso humano especializado. Una empresa debe invertir en estos elementos de manera estratégica y debe tomar decisiones importantes acerca de ellos”.

En términos de hardware, por ejemplo, pueden ser necesarios servidores, equipos de telecomunicaciones, equipos de escritorio personales o dispositivos informáticos móviles y periféricos. En referencia al software, por ejemplo, se pueden requerir sistemas operativos, aplicaciones de ofimática y seguridad, programas de gestión empresarial y aplicaciones especializadas en el área de interés de la empresa.

Bienes

En concordancia con Caros M. (2015) “bienes, por su parte, serían las cosas materiales o inmateriales susceptibles de prestar utilidad al hombre y ser objeto de derecho, o en otros términos, susceptibles de apropiación efectiva o virtual por los sujetos de derecho”. Es decir, estos son cada uno de los elementos físicos o intangibles que de cualquier manera forman parte de una gama de herramientas que ayudaran a la empresa a superarse o alcanzar los objetivos ya que cada uno de estos pueden ser utilizados o consumidos para cubrir una necesidad. También se puede mencionar, que estos pertenecen a los activos de una empresa por lo que representan montos positivos en el capital o el estado financiero, algunas personas o empresas invierten en bienes ya que dependiendo del tipo de ellos acrecentaran su valor con el tiempo, sin embargo se debe tener control de los mismo ya que asi como unos aumentan su valor otros se deprecian.

Servicios

Stanton (2004, p. 334) declara que “los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”. Es el equivalente no material de un bien. Se debe recalcar, que un servicio se diferencia de un bien en que el primero se consume y se desgasta mientras que el segundo se mantiene perdurable en el tiempo. En este ámbito, el servicio representa todo aquel requerimiento importante de prácticamente todas las actividades comerciales, incluidos otros servicios, y un determinante esencial de la calidad de vida, estos pueden ser de necesidades básicas electricidad, agua, aseo, asi como el internet y otros.

Estudio Económico-Financiero

Según Noguera 2017 El análisis económico-financiero es “aquel conocido como análisis de estados financieros, análisis de balances o análisis contable, es un conjunto de técnicas para diagnosticar la situación de la empresa, detectar reservas y tomar las decisiones adecuadas”. Es destacable decir, que se encierra en la aplicación de un conjunto de técnicas, las cuales permiten determinar la capacidad que posee una entidad para producir beneficios

y cumplir apropiadamente las obligaciones que tiene con terceros, valorar su posibilidad futura y posteriormente establece la toma de decisiones acertadas y de esa forma reconducir y optimizar los recursos con las que cuenta la entidad con la finalidad de crear valor y así permanecer en el mercado. Se dice que es importante porque permite identificar aspectos económicos y financieros que muestran cómo va una empresa en términos de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, operación y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones económicas, financieras y de gestión.

Evaluación económica

En acuerdo con Drummond (1997) “Es análisis comparativo de líneas alternativas de acción en función tanto de sus costos como de sus consecuencias”. Por otro lado, la evaluación económica además puede definirse como un intento sistemático de detectar, medir y equiparar costes y resultados de políticas e intervenciones públicas. Aunado a esto, es relevante decir, que el propósito de la evaluación económica es informar elecciones sobre cuál es el mejor uso de los recursos limitados accesibles. En segundo lugar, garantizar la maximización de las ventajas sociales de la participación pública, debido a que la información que da, va referida a que los decisores financien esos servicios que producen superiores resultados.

Evaluación financiera

De acuerdo con Gomes (2017), la evaluación financiera o la viabilidad financiera “corresponde a la medición de rentabilidad que retorna la inversión en términos monetarios. Este estudio determina en última instancia la aprobación o rechazo del proyecto”. Se destaca la idea de que este paso es uno de los más importantes para la creación de una empresa, a consecuencia de que la evaluación financiera se encarga especialmente si en constatar si el proyecto es factible o rentable y si es posible obtener los fondos necesarios. Por tanto, es útil tanto para inversores que estén interesados en financiación como para emprendedores propietarios del proyecto. Dado esta situación es evidente, que se requieren de cálculos para

conocer o predecir lo que estimadamente puede requerir una empresa en el futuro, de manera de que se puedan tomar decisiones a tiempo, antes de cualquier inversión comprometedora.

Emprendimiento

Para Jeffrey A. Timmons (1989)² “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos”. En otras palabras, podría catalogarse como el espíritu empresarial manifiesto en una persona para ejercer el proceso de desarrollar, iniciar y administrar un nuevo negocio, generalmente comenzando como una pequeña empresa, que ofrece un producto, servicio o proceso para la venta. Por otro lado, hoy en día se entiende como una competencia que incluye varias aptitudes y habilidades, como la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la innovación, la toma de óptimas decisiones que unidas logran encontrar el éxito en visiones pioneras de uno o varios individuos.

Tomando en cuenta la guía para emprendedores de Ailin Lockward y Ximena Valle se ha extraído contenido relevante acerca de ciertos indicadores para lograr crear un emprendimiento:

Competencias emprendedoras

Martínez, (2009) catalogó que, en esta dimensión, las competencias emprendedoras “son aquellas que les permiten a los sujetos desarrollar un proyecto emprendedor con el que generan crecimiento económico y cohesión social, configurándose, así como un proyecto social integrado”. En otras palabras, son aquellas capacidades, psicológicas, intelectuales, físicas y sociales que tiene una persona para evolucionar como emprendedor, bajo cualquier circunstancia, se puede decir que puede representar el espíritu visionario de un individuo que lo lleva a alcanzar sus metas u objetivos. Su importancia, se refleja en el hecho de que sin visión, habilidades o aptitudes es imposible que alguien surja, ya que todo nace en el pensamiento del ser humano, esto se debe a que la capacidad de identificar, aprovechando oportunidades, planificar y controlar los procesos creativos que tienen un valor cultural, social y económico solo tiene origen dentro de una persona. Por tanto, una de los principales

indicadores, son la iniciativa emprendedora, factores motivacionales y las características emprendedoras personales.

Ideas innovadoras

Conforme con Pavón & Hidalgo (1997) “la innovación es el conjunto de actividades inscritas en un período de tiempo y lugar que conducen a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización”. Entendiendo que innovar es mejorar lo existente, aportando novedosas posibilidades que suplan las necesidades de los clientes, o inclusive generar nuevos productos con el propósito de que tengan triunfo en el mercado, se debe decir que es algo que no puede faltar dentro de las actividades o políticas de una empresa y muchos menos en un emprendimiento, ya que es evidente que la sociedad evoluciona, así como el tiempo pasa, por lo que los gustos y necesidades cambian de acuerdo con la moda o sistema de la actualidad, esto significa que quedarse estancado en una idea que funcionó en el pasado no asegura el éxito futuro de un negocio. En base a esto, los indicadores más relevantes son la idea emprendedora y la creatividad.

Bases legales

Parella y Stracruzzi (2017) indican que las bases legales "son las normativas jurídicas que sustenta el estudio desde la carta magna, las leyes orgánicas, las resoluciones decretos entre otros" (p.55). Es sustancial enfatizar, que se citan las leyes porque es indispensable conocer el respaldo legal que se tiene por el Estado para llevar a cabo dicha investigación, ya que a través de cada artículo se puede inferir en los deberes y derechos que tendrá la empresa para con la sociedad y los entes autoritarios del país.

Siguiendo el mismo orden de ideas, la carta magna del país, representada como la Constitución de la República bolivariana de Venezuela declara en su artículo 112 lo siguiente:

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 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”*

En donde se deja en claro el derecho del venezolano al estar en la libertad de desempeñar cualquier trabajo de carácter económico para suplir sus necesidades, siempre y cuando este trabajo no infrinja la ley, sea honrado y no genere ningún mal a la sociedad, sino que proporcione beneficios a nivel colectivo, garantizando la seguridad, salubridad y el aporte a la conservación medioambiental. Al cumplir cada termino mencionado, el Estado se compromete a garantizar la producción de bienes y servicios en el país, así como cualquier actividad comercial expresada en tal declaración.

Por otro lado, Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos, manifiesta sucesivamente:

Artículo 6: *“El Estado debe adoptar las siguientes medidas para promover el desarrollo de nuevos emprendimientos:*

1. Apoyar a los nuevos emprendimientos mediante políticas públicas que reconozcan y permitan crear un ecosistema favorable a su desarrollo.

2. Simplificar trámites en todos los niveles de la administración pública para la creación y desarrollo de los nuevos emprendimientos.

3. Facilitar acceso al mercado nacional y promover programas de compras públicas.

4. Promover e impulsar planes de formación, privilegiando los nuevos emprendimientos que involucran a mujeres, jóvenes y personas con discapacidad”.

De igual manera, como en el artículo anterior el Estado asume el compromiso con toda persona venezolana emprendedora, de suscitar el ideal de emprendimiento de cada cual, a través de fomentos educativos, políticos, trámites administrativos óptimos, entre otros. Todos estos, generaran beneficios a la sociedad a nivel nacional.

Cuadro 1:

Operacionalización de Variables

Objetivo	VARIABLES	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento
Crear un plan de negocios para la reorganización del emprendimiento de ropa al estilo cristiana de Inversiones Jeshua.	Plan de negocios	Estudio de Mercado	Oferta	1	Observación, encuesta, revisión documental	Cuestionario.
			Demanda	2,3,4		
			Precios	5,6		
			Competencia	7,8		
		Estudio técnico-operativo	Ubicación e instalaciones			
			Herramientas tecnológicas			
			Bienes			
			Servicios			
		Estudio económico-financiero	Evaluación Financiera			
	Evaluación Económica					
	Emprendimiento	Competencias emprendedoras	Iniciativa emprendedora	1,2		
			Factores motivacionales	3		
			Características emprendedoras personales.	4,5		
Ideas Innovadoras		Idea emprendedora	6,7,8			
		Creatividad.	9			

Fuente: Mendoza J. (2022)

MOMENTO III

ORIENTACION PROCEDIMENTAL

Naturaleza de la investigación

El presente estudio titulado “Plan de negocios para la reorganización—del emprendimiento de ropa al estilo cristiana de Inversiones Jeshua” posee un paradigma identificado como positivista, debido a que este busca constatar la factibilidad del plan de negocios para Inversiones Jeshua a través de un estudio de mercado, técnico operático y económico-financiero. De acuerdo con Ricoy (2006), éste se describe de la manera siguiente “el paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico”. Por tanto, el paradigma positivista sustentará a la investigación que tenga como objetivo comprobar una hipótesis por medios estadísticos o determinar los parámetros de una determinada variable mediante la expresión numérica. (p. 14). En otras palabras, este busca verificar de forma numérica que la realidad es absoluta y medible, así como verificar teorías y leyes para regular los fenómenos; identificar causas reales, temporalmente precedentes o simultáneas.

En paralelismo con lo planteado, es importante mencionar que esta investigación posee un enfoque cuantitativo, ya que cada resultado recopilado en el primer apartado del cuadro de operacionalización de variables se mide a través de cálculos, reflejados en graficas posteriormente. Esta metodología, de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por tanto, de acuerdo con la teoría planteada, en este apartado los fenómenos son acontecimientos determinados por causas independientes de la voluntad humana, y consecuentemente son objetivos, así como lo es el caso del presente estudio.

Siguiendo el mismo orden de ideas, se dice que como tipo de investigación esta se equilibra como un proyecto factible, dado a que busca solventar una problemática provista de una realidad, que posee antecedentes pasados de investigaciones similares. En base a lo dicho, se toma en consideración lo planteado por Balestrini (2002 pag, 9) el cual afirma que “los proyectos factibles son aquellos proyectos o investigaciones que proponen la formulación de modelos, sistemas entre otros, que dan soluciones a una realidad o problemática real planteada, la cual fue sometida con anterioridad o estudios de las necesidades a satisfacer”. En otras palabras, se concreta en el estudio que permite la solución de un problema de carácter práctico, que pueden conceder beneficios en diferentes áreas o esferas del acontecer diario.

Por último, y en unión con los hechos, el trabajo en desarrollo posee un diseño de investigación de campo, ya que se extraen los datos directamente de la realidad.

Según Contreras (2013) “Se entiende por Investigación de Campo, el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia; haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo”

Tomando en cuenta lo manifestado anteriormente, es argumentada esta investigación ya que se eligió una problemática real partiendo de la observación para la cual se tendrá que aplicar distintas técnicas y así lograr recopilar los datos yendo directamente a donde se dan los hechos en afinidad con el fenómeno propuesto.

Población y muestra

Se entiende por población al conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. También, el universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los

accidentes viales entre otros. Partiendo de lo mencionado, y en forma de argumento se toma en cuenta lo dicho por el autor Arias (2006, p. 81) el cual define población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

En el caso actual, la población tomada en cuenta o sometida a investigación son las congregaciones pertenecientes al Concilio de Iglesias Cristianas “Fuente de Vida Eterna” el cual para ser puntuales tiene una totalidad de 14 iglesias con un número de 30 a 60 miembros cada una aproximadamente las cuales están en relación con el emprendimiento de Inversiones Jeshua.

Por otro lado, se considera que la muestra es un subgrupo o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Esto puede comprobarse a través del comentario de Arias (2006, p. 83) el cual manifiesta, “la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. En atención a lo dicho, la muestra será calculada usando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población

Z_α= Desviaciones Estándar para un Nivel de Confianza del 95%)

p = α = Nivel de Significancia (probabilidad de error)

q = 1 – p (Nivel de Confianza)

e = Error esperado.

Datos para la Fórmula:

N = 150

Z_α = 1,96 (para un nivel de confianza del 95%)

P = α = 0,05 (Nivel de Significancia)

$q = 1-p = 0.95$ (por ser el nivel de confianza requerido del 95%)

$e = 0,05$ (error esperado deseado)

Luego tenemos:

$$n = \frac{150 * 1,96^2 * 0,95 * 0,05}{0,05^2 * (154 - 1) + 1,96^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = 49,32 \approx 50 \text{ mujeres}$$

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En concordancia con Arias (2006: 53), “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información”. Es decir, son todos los métodos de enfoque sistemático empleados para reunir y medir información de diversas fuentes a fin de obtener un panorama completo y preciso de una zona de interés, con el fin de proporcionarle al individuo o investigador información de valor que respondan preguntas relevantes, evaluar los resultados y anticipar mejor las probabilidades y tendencias futuras de la investigación.

En el presente caso se tomarán en cuenta las siguientes técnicas; la observación, la revisión documental y la encuesta.

Siguiendo el orden de ideas, Tamayo (2007, p. 193), define a la observación directa de la siguiente manera “es aquella en la cual el investigador puede recoger datos mediante su propia observación”. Es necesario agregar, que este es un método extrospectivo ya que infiere atentamente el fenómeno, hecho o caso, externamente para tomar información y registrarla para su posterior análisis. Por otro lado, de acuerdo con el caso en estudio se dice que factible aplicar la observación ya que se pueden extraer datos directamente de la realidad investigada con el fin de definirla y examinarla.

Por otra parte, Hurtado (2008) afirma que:

“una revisión documental es una técnica en donde se recolecta información escrita sobre un determinado tema, teniendo como fin proporcionar variables que se relacionan indirectamente o directamente con el tema establecido,

vinculando esta relaciones, posturas o etapas, en donde se observe el estado actual de conocimiento sobre ese fenómeno o problemática existente”

En base a lo planteado, la revisión documental no es más que un estudio inductivo que se realiza tomando en cuenta, toda fuente informativa que logre arrojar datos convenientes para la descripción y estudio de una problemática específica. En atención con el trabajo de investigación, la revisión se aplicará con el fin de recoger datos en el área económica financiera para el posterior análisis de factibilidad.

Al igual, debe señalarse, lo que Arias (2006, p. 72), expresa acerca de la encuesta “es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema particular”. Es destacable el hecho de que este método, busca aplicarse particularmente a personas racionales, es decir, que estén en completa relación con el problema en exposición, para que puedan interpretar correctamente las preguntas y de esa manera lograr dar una respuesta entendible y analizable. En este caso, dicha técnica será aplicada a clientes del emprendimiento que han estado en relación continua con la actividad comercial del negocio.

En otro panorama, se debe describir lo que es un instrumento de recolección de datos, que de acuerdo a lo expuesto por Tamayo y Tamayo (2007), “es catalogado como una ayuda o una serie de elementos que el investigador construye con la finalidad de obtener información, facilitando así la medición de los mismos”. Esto significa, que un instrumento de recolección de datos son todas aquellas herramientas de las cuales el investigador se va a valer para aplicar alguna de las técnicas dependientes de los mismos.

En relación al fenómeno de investigación, se tomará en cuenta el cuestionario, definido de la siguiente manera por Tamayo y Tamayo (2008: 124), el cual señala que “este instrumento contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio”. En otras palabras, el cuestionario es una herramienta construida en base de preguntas directas a la línea de investigación que prometen información valiosa para el análisis de resultados. Consecuentemente, se aplicará dicho objeto para cuestionar el comportamiento de mercado actual del emprendimiento Inversiones Jeshua.

MOMENTO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de Resultados

Para dar una mejor introducción a este apartado, se hace necesario definir lo que se sabe acerca del análisis e interpretación de los resultados, lo que según Hurtado (2010, p. 181), representa “las técnicas de análisis que se ocupan de relacionar, interpretar y buscar significado a la información expresada en códigos verbales e icónicos”. Cabe mencionar que dicho momento, es crucial para el trabajo en estudio, ya de aquí se deduce la factibilidad del proyecto, lo que a su vez enmarcará el fin de los objetivos, y se podrá mencionar si se lograron o no. Si bien es importante por lo dicho, en forma de énfasis se dice que por ser la parte final y conclusiva de una exploración; a través del análisis se procesara toda la información que ha ido apareciendo en la investigación, para luego intentar presentarla de forma ordenada y comprensible y aspirar llegar a las conclusiones que dichos datos originan.

Siguiendo el orden de ideas, para desglosar lo obtenido en el primer instrumento que tenía como propósito, averiguar el comportamiento del mercado, se usará la técnica estadística de distribución de frecuencia, para cuantificar los datos. De acuerdo con Westreicher G. (2021), “la distribución de frecuencias es la forma en la que un conjunto de datos se clasifica en distintos grupos excluyentes entre sí”. En base a lo planteado, se intentará agrupar las respuestas en común de cada individuo encuestado de manera de que sea posible interpretar los resultados.

Cuadro 2 ¿Qué tipo de ropa es la que más vistes?

Items	Falda	Suéteres	Blusas	Vestidos	Sobretodo	Jumper
1	28	4	10	2	3	3

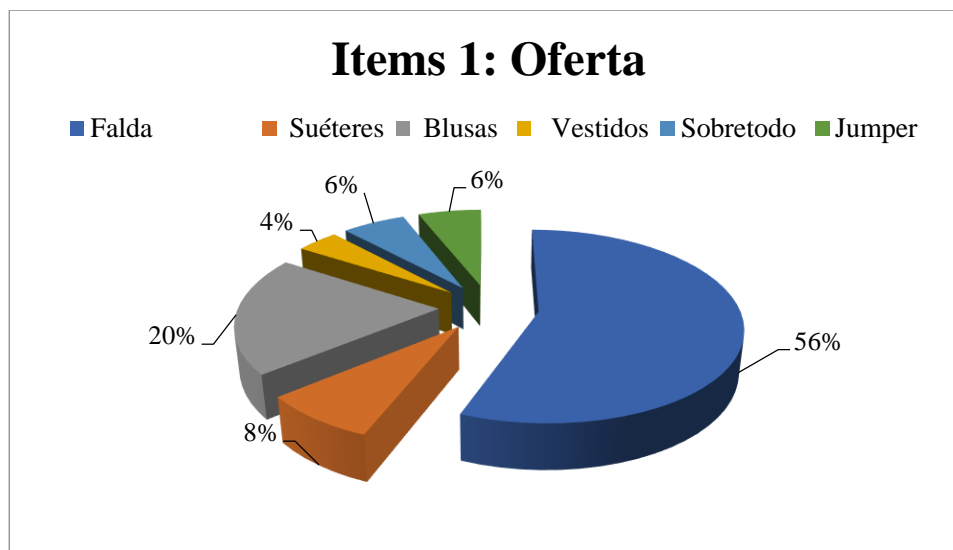


Gráfico 1: Oferta
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: En el cuadro número 2 y el gráfico 1, elaborados con el propósito de medir la oferta en la que se va a sustentar el Emprendimiento Inversiones Jeshua, se puede notar que el rubro predominante entre falda, suéteres, blusas, vestidos, sobretodo, y jumper corresponde en primer lugar a las “faldas” con un 56%, y en segundo lugar estarán las “blusas” con un 20%, enmarcando así las prendas en las que se debe invertir con más frecuencia durante el año de operación, así como la mayor demanda de la clientela. Para dar continuidad, no se puede pasar por alto que los siguientes rubros que suceden a estos se venderán de igual forma, pero no en cantidades, por lo que se cree que es importante tenerles presente en el inventario para satisfacer las necesidades de cada individuo demandante conforme sea su gusto.

Por otro lado, es importante resaltar que esta información será de gran utilidad para realizar la evaluación financiera en el apartado de cálculos de costos de los productos, ya que se podrá estimar al año, cuánto dinero se debe disponer o gastar Inversiones Jeshua para cubrir la demanda y poder ofertar correctamente lo necesario en cada mes y año. Cada estimación será propicia para demostrar de manera calculada lo que puede suceder a futuro, de manera que se puedan tomar optimas decisiones que garanticen la satisfacción de las necesidades de la clientela.

Cuadro 3: ¿Qué características crees que debe de tener una prenda de ropa para que decidas comprarla?

Ítems	Buen precio	Facilidad de pago	Sistema de apartado	Calidad
2	11	7	0	32

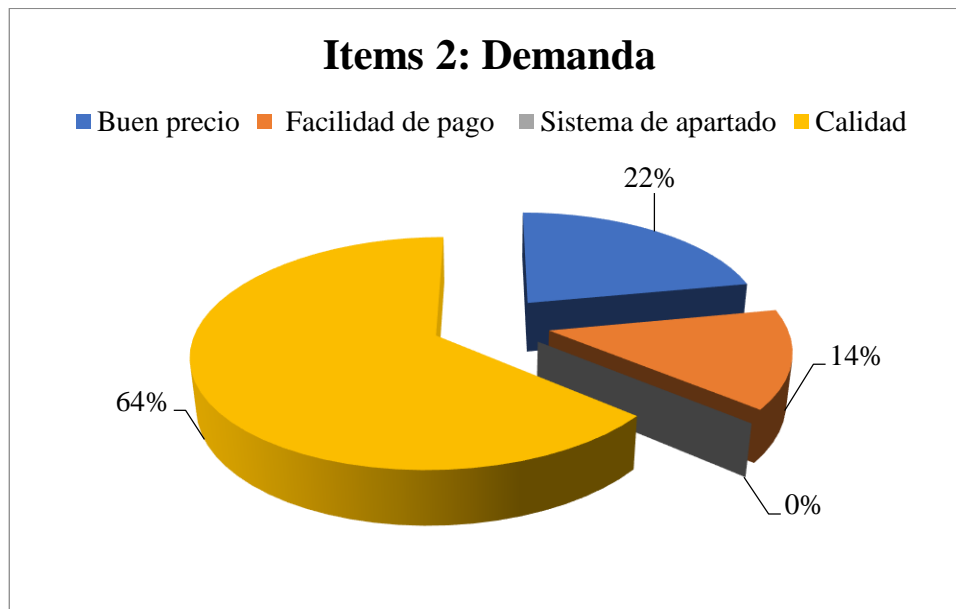


Gráfico 2: Demanda
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: En cuanto al cuadro 3 y el segundo gráfico, que llevan el fin de medir la demanda de la muestra seleccionada, se puede apreciar que para un 64% de la misma es muy importante la calidad de la mercancía a la hora de comprar prendas de vestir, de igual manera para un 22% de la población el precio será determinante, mientras que para el 14% les será de mayor conveniencia el sistema de crédito o facilidad de pago, de esta forma se describen las exigencias de los clientes. Cabe destacar, que estos indicadores mostrarán el camino a las estrategias que deberán emplearse para cautivar a la demanda por lo que se debe ser radicales al momento de comerciar a la población, productos con una calidad garantizada y precios que no se excedan de lo justo.

Cuadro 4 ¿Qué dificultades se te han presentado al buscar tu tipo de prenda ideal?

Ítems	Talla	Estilo	Precio	Modalidad de pago	Escases en el mercado
3	10	32	4	2	2

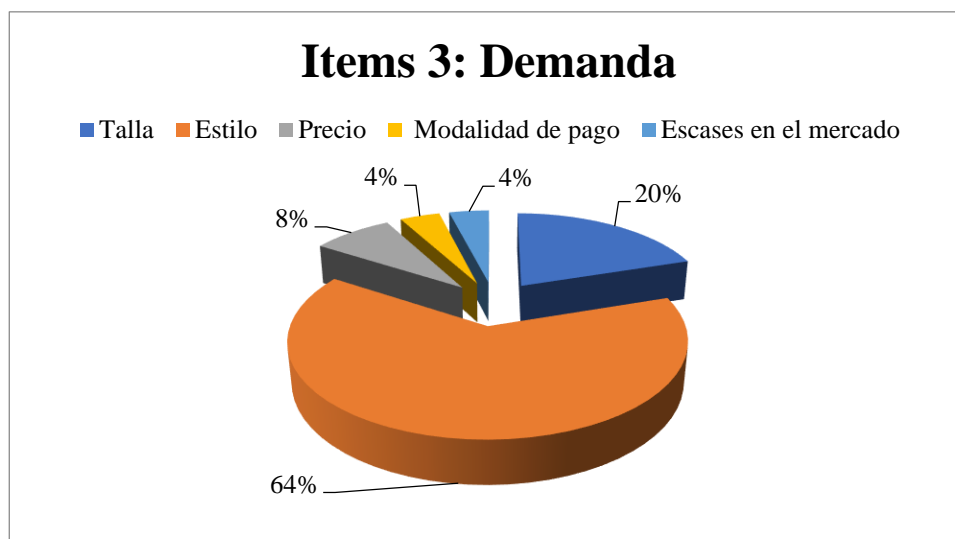


Gráfico 3: Demanda
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: En lo que respecta al cuadro 4 y gráfico 3, el cual también está dirigido a evaluar la demanda del mercado, devela los siguientes datos; para un 64% de la población seleccionada, el estilo en las prendas de vestir representa una de sus principales dificultades para poder encontrar la ideal, ya que por tener una manera no muy común en la vestimenta se vuelve problemático encontrar la ropa que cumpla con sus exigencias, ya sea el largo de las faldas, los cortes de las blusas, el largo de los vestidos, etc. Por otro extremo, se tiene que para el 20% de los encuestados la talla en las prendas de vestir, figura una dificultad ya que, si encuentran el estilo correcto, hay ausencia de tallas que se acoplen a sus medidas, de la misma manera al el 8% de la muestra, les parece que su dificultad es el precio, debido a que por no ser muy común en el mercado sus preferencias, los comerciantes exageran los precios. Y en último lugar, para un 4% lo más complicado es no encontrar un negocio que

le facilite de cancelar en cómodas cuotas, mientras que para el ultimo 4% declara que la mercancía es escasa en el mercado lo que le dificultan sus compras.

En base a lo planteado se puede decir, que dicha información es útil, ya que a través de la misma se puede notar, la forma en la que se puede cautivar a la clientela, cubriendo sus necesidades de manera estratégica para que encuentren una solución en Inversiones Jeshua y sean clientes fijos. Esto incrementara los ingresos del emprendimiento, y aumentara la clientela potencial del mismo.

Cuadro 5 ¿Con que frecuencia compras ropa?

Ítems	Mensual	Cada dos meses	Cada tres meses	Cada cuatro meses	Cada cinco meses	Cada seis meses
4	0	18	2	1	6	23

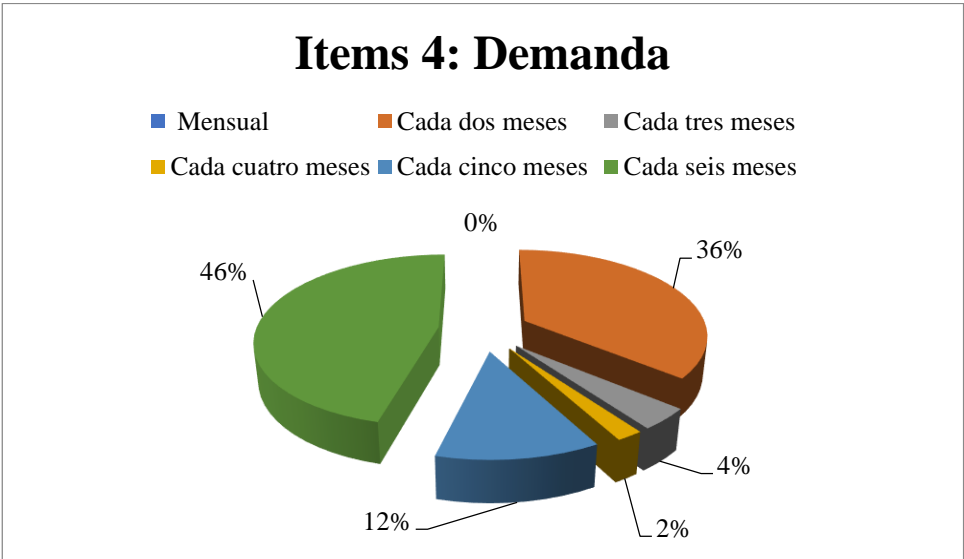


Gráfico 4: Demanda
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: Para finalizar con el estudio a la demanda, se realizó la pregunta acerca de la frecuencia en la que los demandantes compran ropa. De acuerdo con sus respuestas, un 46% de la población coincidieron en que cada seis meses realizan compras de prendas de vestir, por otro lado, con el segundo porcentaje más alto, un 36% estuvo de acuerdo que cada dos meses, mientras que para un 12% de los encuestados la frecuencia se acopla a un periodo

de cada cinco meses, así mismo, un 4% manifestó que realizaban adquisiciones cada tres meses y finalmente, un 2 por ciento manifestó que cada cuatro meses adquieren prendas de vestir. En cuestión a lo dicho, los resultados proporcionados en la gráfica arrojarán los datos principales para calcular el promedio de ventas mensuales, y a su vez la demanda potencial.

Por tanto, para obtener dicha cifra se debe promediar los meses de los porcentajes más altos en la gráfica, 46% seis meses y 36% dos meses. Sumados y divididos entre dos, arrojarán el resultado requerido.

$$6 \text{ meses} + 2 \text{ meses} = 8 / 2 = 4 \text{ meses promedio.}$$

El valor promedio de la frecuencia de venta será cuatrimestral.

Cuadro 6 En cuanto al emprendimiento Inversiones Jeshua, ¿Cómo catalogas los precios?

Ítems	Justos	Regulares	Injustos	Se pueden mejorar
5	48	1	0	1

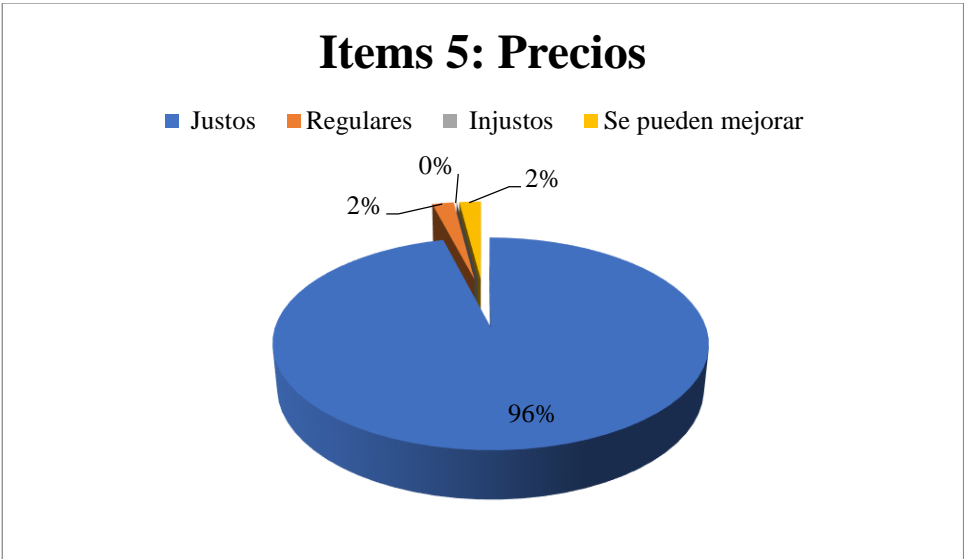


Gráfico 5: Precios
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: Para el estudio de los precios, se encuestó a la población con el fin de diagnosticar si le parecían justos los precios del emprendimiento Inversiones Jeshua, así como también

para conocer quienes están dispuestos a comprar la mercancía del emprendimiento. De esta manera a través de los resultados, se obtuvieron respuestas muy favorables ya que el 96% de la población seleccionada esta en total acuerdo de que los precios son justos, lo que a su vez expresa su disposición de ser clientes de Inversiones Jeshua.. En contra parte, solo el 2% manifestó que los precios le parecían regulares, y otro 2% expresó que se podían mejorar. Esta información será útil para calcular la demanda potencial ya que proporcionan un dato importante para predecir dicho cálculo.

Cuadro 7 ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una prenda de vestir?

Ítems	De 5 a 10\$	De 5 a 15\$	De 5 a 20\$	De 20\$ o más
6	4	31	14	1

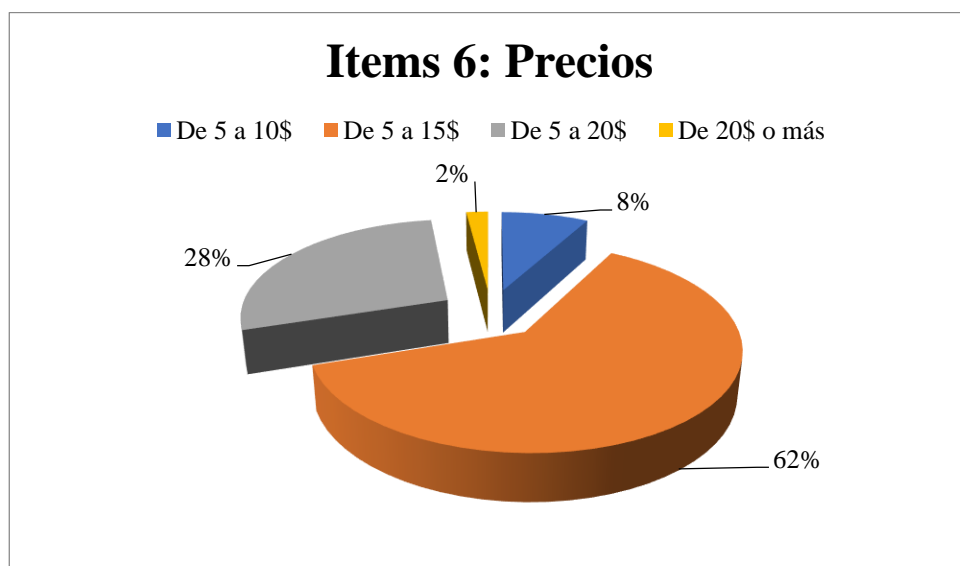


Gráfico 6: Precio
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: En la secuencia del estudio a los precios preferentes de la demanda, se encuestó a la población con la intención de conocer cuánto pagarían por sus prendas de vestir, lo que arrojó los siguientes resultados; para un 62% de la muestra seleccionada, de 5 a 15\$ es lo que estarían dispuestos a pagar por una prenda de ropa, a su vez, un 28% de los encuestados expresaron que gastarían de 5 a 20\$ por una prenda de vestir, mientras que un 8% solo usaría de 5 a 10\$ de su dinero, y por ultimo tan solo el 2% está dispuesto a pagar de

20\$ a más por adquirir ropa nueva. Es propicio decir, que dichos resultados ayudaran a calcular el ingreso mensual y anual estimado que tendrá el emprendimiento.

Cuadro 8 ¿Dónde compras habitualmente tu ropa?

Items	Pago el servicio de una costurera	Centro comerciales	Tiendas de la av.20 en Barquisimeto	Mercado de buhoneros	Centro de Yaritagua Av. Trocadero
7	25	1	23	0	1

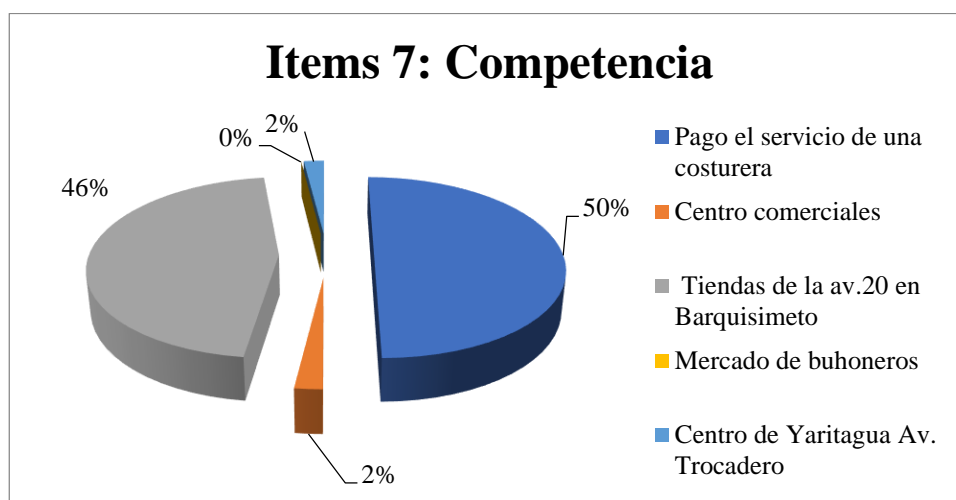


Gráfico 7: Competencia
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: En cuanto al estudio de la competencia, se cuestionó a la población para conocer los lugares más frecuentados por ellos para hacer las compras de sus prendas de vestir. Las resultas obtenidas fueron las siguientes; un 50% paga el servicio de una costurera que le elabore sus prendas debido a la dificultad para encontrar sus gustos en el mercado que se amolde al estilo y capacidad de pago, también se nota que un 46% opta por realizar una búsqueda exhaustiva en las tiendas de la av. 20 de Barquisimeto, cabe destacar que las personas encuestadas son habitantes de la ciudad de Yaritagua, edo Yaracuy, lo que hace ver tedioso el viaje a Lara por el gasto del pasaje en transporte público, las largas caminatas que se deben disponer en el centro y la incertidumbre de si lograrán encontrar un lugar donde hallen las prendas que se amolden a sus preferencias. Por otro lado un 2 % realiza sus

compras en centros comerciales, y otro 2% en la av. Trocadero de Yaritagua, principal lugar de comercio de la ciudad.

Dicha información, arrojan pista para ubicar geográficamente o no la tienda física del emprendimiento, de manera que a los clientes se les ahorre el asunto de compra de tela, y espera del proceso de elaboración de sus prendas y el pago del servicio de costura, así como también se les dé la oportunidad de reservarse el gasto del pasaje y la dificultosa búsqueda en Barquisimeto, encontrando todo en un solo lugar, con el mejor precio, estilo y calidad.

Cuadro 9 ¿Qué tan sencillo encuentras las prendas elegidas en las tiendas más cercanas?

Ítems	Fácil	Regular	Escaso	Difícil
8	0	29	3	18

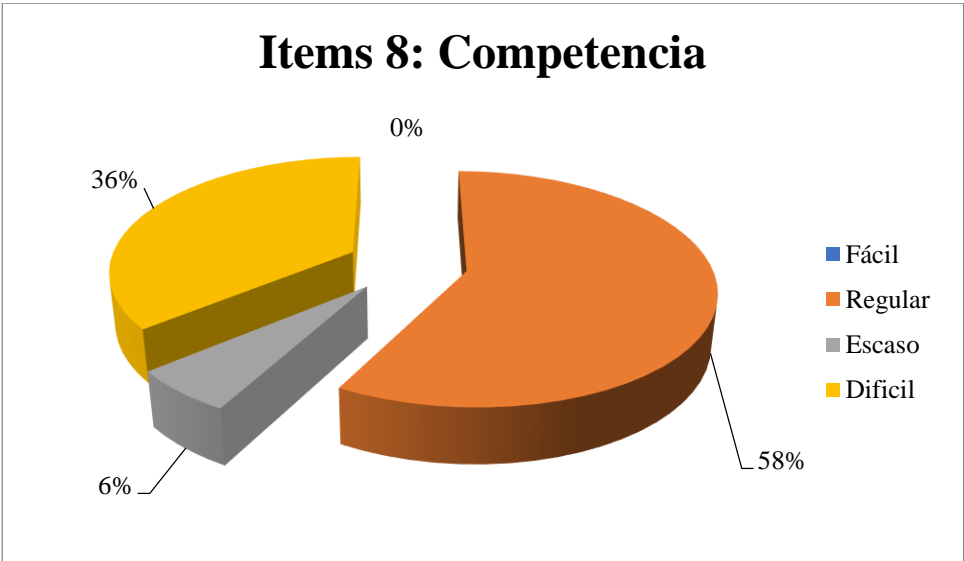


Gráfico 8: Competencia
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: En el presente cuadro y gráfico, para continuar en el estudio de la competencia del emprendimiento de Inversiones Jeshua, se pudo notar que al 58% de los encuestados catalogan “regular” el grado de dificultad para encontrar sus prendas de vestir en el mercado, mientras que para el 36% expresan que es difícil hallarlas, y el 6% de los

mismos, catalogan el hallazgo escaso. A través de estas respuestas, se pueden sustentar los demás análisis, ya que una vez más se confirma la existencia de oportunidades para expandir el emprendimiento y alcanzar a más personas con la misma necesidad en común.

Estudio técnico operativo

Ubicación e instalaciones

El emprendimiento Inversiones Jeshua, actualmente se puede catalogar como una tienda virtual debido a que no posee tienda física, por lo que se puede decir que su operatividad es ejercida en Yaritagua, Sabanita Bolivariana III calle 6 a una casa de la torre, casa S/N. Donde se cuenta con espacio de 3m², en el que se comercializa a través de las redes sociales las prendas de vestir. También, se tiene un espacio de 3m² catalogado como el almacén de la mercancía donde se guardan las prendas hasta ser entregadas a los clientes.

Herramientas tecnológicas

En cuanto a las herramientas tecnológicas se tiene posesión de una computadora laptop, marca ACER visión aspire 5253-bz687, con la descripción siguiente; diagonal de la pantalla: 15.6pulg. Memoria interna de 1 GB, el tipo de memoria interna; DDR3-SDRAM y la capacidad total de almacenaje de 250 GB. Dicho aparato posee el Windows 10 el cual tiene cinco funciones básicas, conocidas como la interfaz entre el usuario y el hardware, coordinar componentes de hardware, proporcionar un entorno para que funcione el software, proporcionar estructura para la gestión de dato, supervise el estado y la funcionalidad del sistema. Se estima que, por el uso, y el tiempo que este pc tiene operando actualmente está valorada en unos 50\$. Por otro lado, también se cuenta con un teléfono SAMSUNG GALAXI J6 primera versión año 2018, con una capacidad interna de 32G y 2G de memoria RAN, versión de Android 10. Su valor estimado, actualmente considerando su uso y condiciones es de 85\$.

Bienes

Para hacer referencia a los bienes con los que cuenta Inversiones Jeshua, se toma en cuenta los siguientes recursos; mesa plástica desarmable, 2 sillas plásticas de espaldar cómodo. Ambas cosas valoradas en unos 30\$.

Servicios

Referente a los servicios básicos usados por el emprendimiento Inversiones Jeshua se considera como principal opción el servicio de Internet, ya que por ser una tienda virtual se necesita de tal prestación para comerciar constantemente la mercancía. Actualmente, un familiar tiene una afiliación con la empresa MD Electronic, con un plan de radio enlace, micro nodo 10Mb de descarga y 5mb de carga, dicha persona afiliada ofrece gratuitamente el uso del servicio. En otro panorama, también es importante colocar el transporte público el cual es empleado regularmente para buscar la mercancía en las instalaciones de los proveedores. El pasaje actual, se mantiene valorado en 1\$.

Estudio económico-financiero

Evaluación económica- financiera

En este apartado, para diagnosticar la factibilidad financiera de Inversiones Jeshua, se tomará en cuenta los siguientes cálculos

Demanda Potencial

En este apartado se considerará demanda potencial al volumen máximo que podría alcanzar los productos de Inversiones Jeshua. Esta se calculará a partir de la estimación del número de compradores potenciales a los que se asigna una tasa de consumo individual.

Estimación de la Demanda

Para estimar la producción nos basaremos en la Demanda Potencial calculada en el Estudio de Mercado. También es necesario estimar el porcentaje de variación de la población.

Estado Yaracuy. Municipio Peña.- Población, según grupos de edad y sexo 2014-2021

Grupo de Edad	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total	113.203	115.486	117.773	120.062	122.352	124.643	126.935	129.225
	0	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%

Cuadro 10. Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Variación Promedio de la Población = 1,98%

DEMANDA POTENCIAL			
La Demanda Potencial obtenida en el Estudio de Mercado fue de		150	clientes
De esta Demanda Potencial se aspira cubrir el	96,00%		del mercado
Q =	Demanda Potencial x Cobertura del Mercado x Frecuencia de Compra		
Q =	150	x	96,00% = 144 clientes

Cuadro 11. Fuente Mendoza J 2022

Producción Estimada año 1 = (Clientes Potenciales cuatrimestrales/4 meses x meses de año)

Datos:

Demanda Potencial = 144 clientes

Frecuencia de Compra = (Cada 41 meses (Según el estudio de mercado))

Cliente Potenciales mensuales= Demanda potencial / Frecuencia de compra= 144 / 4 = 36 ≈ 36

Producción Estimada año 1 = (36 x 12)

Demanda estimada año 1 = 432

Para estimar la Producción de los años restantes se tomará como base el Crecimiento de la Población Promedio

Crecimiento de la Población Promedio = 1,98%

Aplicamos esta tasa de crecimiento anual para estimar la Producción

DEMANDA ESTIMADA

Período	Demanda Anual Estimada (Unidades)
1	432,00
2	441,00
3	450,00
4	459,00
5	468,00
Total	2.250,00

Cuadro 12. Fuente Mendoza J 2022

ANÁLISIS DE COSTOS Y PRECIO DE VENTA

Costo de la mercancía	
Descripción	Costo Unitario \$
Faldas	10
Sueteres	10
Blusas	8,5
Vestidos	8,5
Sobretudo	8,5
Jumper	12,50

Cuadro 13. Fuente Mendoza J 2022

Gastos de Servicios			
Descripción	Costo Mensual \$	Costo Anual \$	Costo a 5 Años \$
Transporte público	4	48	240
TOTAL SERVICIOS	4,00	48,00	240,00
Gasto de Servicio Unitario			0,11

Cuadro 14. Fuente Mendoza J 2022

CÁLCULO DE PRECIO DE VENTA

Rubro: Faldas y Sueter

Precio de Venta = Costo de Unitario + (Costo de Unitario x 50%)

$$\text{Precio de Venta} = 10,00 + (10 \times 50\%)$$

$$\text{Precio de Venta} = 10,00 + 5,00$$

$$\text{Precio de Venta} = 15,00$$

CÁLCULO DE PRECIO DE VENTA

Rubro: Blusas, vestidos y sobretodos

Precio de Venta = Costo de Unitario + (Costo de Unitario x 50%)

$$\text{Precio de Venta} = 8,50 + (8,50 \times 50\%)$$

$$\text{Precio de Venta} = 8,50 + 4,25$$

$$\text{Precio de Venta} = 12,75 = 13,00$$

CÁLCULO DE PRECIO DE VENTA

Rubro: Jumper

Precio de Venta = Costo de Unitario + (Costo de Unitario x 50%)

$$\text{Precio de Venta} = 12,50 + (12,50 \times 50\%)$$

$$\text{Precio de Venta} = 12,50 + 6,25$$

$$\text{Precio de Venta} = 18,75 = 19,00$$

Flujo de Caja Estimado a 5 años								
Flujo de caja Año 1								
Descripción	Demanda anual %	Demanda estimada anual (unidades)	Cantidad	Precio Unitario \$	Ingresos estimados por rubro	Costos y Gastos Unitarios \$	Costos y Gastos Estimados \$	Flujo de Caja Estimado \$
Faldas	56%	432	241,92	15	3.628,80	10,11	2.446,08	1.182,72
Sueteres	6%	432	25,92	15	388,80	10,11	262,08	126,72
Blusas	8%	432	34,56	13	449,28	8,61	297,60	151,68
Vestidos	20%	432	86,4	13	1.123,20	8,61	744,00	379,20
Sobretudo	4%	432	17,28	13	224,640	8,61	148,80	75,84
Jumper	6%	432	25,92	19,00	492,480	12,61	326,88	165,60
Total					6.307,20		4.225,44	2.081,76
Flujo de caja Año 2								
Descripción	Demanda anual %	Demanda estimada anual (unidades)	Cantidad	Precio Unitario \$	Ingresos estimados por rubro	Costos y Gastos Unitarios \$	Costos y Gastos Estimados \$	Flujo de Caja Estimado \$
Faldas	56%	441	246,96	15	3.704,40	10,11	2.497,04	1.207,36
Sueteres	6%	441	26,46	15	396,90	10,11	267,54	129,36
Blusas	8%	441	35,28	13	458,64	8,61	303,80	154,84
Vestidos	20%	441	88,2	13	1.146,60	8,61	759,50	387,10
Sobretudo	4%	441	17,64	13	229,320	8,61	151,90	77,42
Jumper	6%	441	26,46	19,00	502,740	12,61	333,69	169,05
Total					6.438,60		4.313,47	2.125,13
Flujo de caja Año 3								

Descripción	Demanda anual %	Demanda estimada anual (unidades)	Cantidad	Precio Unitario \$	Ingresos estimados por rubro	Costos y Gastos Unitarios \$	Costos y Gastos Estimados \$	Flujo de Caja Estimado \$
Faldas	56%	450	252	15	3.780,00	10,11	2.548,00	1.232,00
Sueteres	6%	450	27	15	405,00	10,11	273,00	132,00
Blusas	8%	450	36	13	468,00	8,61	310,00	158,00
Vestidos	20%	450	90	13	1.170,00	8,61	775,00	395,00
Sobretudo	4%	450	18	13	234,000	8,61	155,00	79,00
Jumper	6%	450	27	19,00	513,000	12,61	340,50	172,50
Total					6.570,00		4.401,50	2.168,50
Flujo de caja Año 4								
Descripción	Demanda anual %	Demanda estimada anual (unidades)	Cantidad	Precio Unitario \$	Ingresos estimados por rubro	Costos y Gastos Unitarios \$	Costos y Gastos Estimados \$	Flujo de Caja Estimado \$
Faldas	56%	459	257,04	15	3.855,60	10,11	2.598,96	1.256,64
Sueteres	6%	459	27,54	15	413,10	10,11	278,46	134,64
Blusas	8%	459	36,72	13	477,36	8,61	316,20	161,16
Vestidos	20%	459	91,8	13	1.193,40	8,61	790,50	402,90
Sobretudo	4%	459	18,36	13	238,680	8,61	158,10	80,58
Jumper	6%	459	27,54	19,00	523,260	12,61	347,31	175,95
Total					6.701,40		4.489,53	2.211,87
Flujo de caja Año 5								

Descripción	Demanda anual %	Demanda estimada anual (unidades)	Cantidad	Precio Unitario \$	Ingresos estimados por rubro	Costos y Gastos Unitarios \$	Costos y Gastos Estimados \$	Flujo de Caja Estimado \$
Faldas	56%	468	262,08	15	3.931,20	10,11	2.649,92	1.281,28
Sueteres	6%	468	28,08	15	421,20	10,11	283,92	137,28
Blusas	8%	468	37,44	13	486,72	8,61	322,40	164,32
Vestidos	20%	468	93,6	13	1.216,80	8,61	806,00	410,80
Sobretudo	4%	468	18,72	13	243,360	8,61	161,20	82,16
Jumper	6%	468	28,08	19,00	533,520	12,61	354,12	179,40
Total					6.832,80		4.577,56	2.255,24
TOTAL ESTIMACION DE INGRESOS Y EGRESOS					26.280,00		22.007,50	10.842,50

Cuadro 15. Fuente Mendoza J 2022

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS													
Trabajador	Cargo	Sueldo Mensual	Total Asignación Mensual	Total Asignación Anual	Utilidades	Vacaciones	Cesta Ticket	Prestaciones Sociales	Aporte SSO 9%	Aporte RPE 2%	Aporte RPVH 2%	Total Gastos de Personal Administrativo y de Ventas Anual	Total Gastos de Personal Administrativo y de Ventas a 5 Años
Trabajador 1	Administrador	40,00	40,00	480,00	43,33	40,00	120,00	80,00	49,85	11,08	9,60	833,86	4.169,28
	Vendedor	40,00	40,00	480,00	43,33	40,00	120,00	80,00	49,85	11,08	9,60	833,86	4.169,28
Totales Personal Administrativo y de Ventas		80,00	80,00	960,00	86,67	80,00	240,00	160,00	99,69	22,15	19,20	1.667,71	8.338,56

960,00

Cuadro 16. Fuente Mendoza J 2022

INVERSIÓN INICIAL			
INVERSIÓN EN EQUIPOS			
Descripción	Costo (\$)	Años VU	Depreciación anual
Mesa de escritorio	60,00	5	12,00
Maniqui	20,00	5	4,00
TOTAL EQUIPOS	80,00		16,00
Gasto Depreciación Unitario Total			0,0071

Cuadro 17. Fuente Mendoza J 2022

Capital de trabajo Inicial Requerido	
Descripción	\$
Efectivo en Banco	186,98
Inventario	352,12
Total	539,10

Cuadro 18. Fuente Mendoza J 2022

Inversión Inicial Total	
Descripción	\$
Equipos	80,00
Capital de Trabajo	539,10
Total Inversión Inicial	619,10

Cuadro 19. Fuente Mendoza J 2022

Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

$$\text{PRI} = (\text{Inversión inicial} * 60 \text{ meses}) / \text{Ingreso neto al quinto año}$$

$$\text{PRI} = (619,10 * 60) / 2255,54$$

$$\text{PRI} = 16,47 \text{ meses} = 16 \text{ meses y } 14 \text{ días}$$

Factor Beneficio Costo

Factor Beneficio/Costo = Sumatoria Beneficios/Sumatoria de Costos

$$\text{B/C} = 26280,00 / 22007,50 = 1,19$$

$$\text{B/C} = 1,19$$

Tasa Mínima Aceptable De Rentabilidad (TMAR)

Para estimar la TMAR, se calculará la variación promedio de la inflación de los últimos 5 meses de julio a noviembre 2022 tomados del INPC del Banco Central de Venezuela para luego sumarle el premio al riesgo requerido.

VARIACIÓN PROMEDIO DEL INPC 2021	
MES	VARIACIÓN
Noviembre	0,6
Octubre	0,6
Septiembre	0,6
Agosto	0,7
Julio	0,7
Variación Promedio Total	0,63

Cuadro 20. Fuente Mendoza J 2022

f= inflación media estimada 0,63%

i= premio al riesgo anual 10%

TMAR 10,63

CALCULO DE VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO				
AÑOS	FLUJO DE CAJA	VALOR PRESENTE	TASA DE INTERES	10%
0	-619,10	-619,10		
1	2.081,76	1.892,51		
2	2.125,13	1.756,31		
3	2.168,50	1.629,23		
4	2.211,87	1.510,74		
5	2.255,24	1.400,33		
	VALOR PRESENTE NETO	7.570,01		
	TASA INTERNA DE RETORNO	338,10%		

Cuadro 21. Fuente Mendoza J 2022

VAN > 0, y TIR > TMAR,
Por lo tanto, según estos criterios el proyecto es rentable.

Punto de Equilibrio

$$\text{Punto De Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V Unit} - \text{C. V. Unit}} = \frac{256,00}{15,00} = \mathbf{17,07 \text{ unidades}}$$

$$\text{Punto De Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V Unit} - \text{C. V. Unit}} = \frac{256,00}{13,00} = \mathbf{19,69 \text{ unidades}}$$

$$\text{Punto De Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P. V Unit} - \text{C. V. Unit}} = \frac{256,00}{19,00} = \mathbf{13,47 \text{ unidades}}$$

Costos Fijos

Descripción	Costo Unitario \$
Depreciación	16,00
Servicios	240,00
Costos Fijos Totales	256,00

Cuadro 22. Fuente Mendoza J 2022

$$\begin{array}{lcl} \text{PE\$=} & 17,07 & \times \\ \text{PE\$=} & \mathbf{256,00} & \mathbf{\$} \end{array} \quad 15,00$$

PE\$=	19,69	x	13,00
PE\$=	256,00	\$	
PE\$=	13,47	x	19,00
PE\$=	256,00	\$	

Finalmente, para cuantificar los datos arrojados por el segundo cuestionario, encargado de medir la variable “Emprendimiento” se empleará la misma técnica de distribución de frecuencia, la cual permitirá la interpretación grafica de los resultados. Cabe mencionar que esta es una autoevaluación para mostrar el nivel de competencias emprendedoras se poseen.

Cuadro 23. ¿En situaciones económicamente desfavorables y de desempleo asumes una actitud positiva?

Ítems	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
1	1	0	0	0

Análisis: En este apartado, se pregunta lo anteriormente expuesto con el fin de analizar si se posee la iniciativa emprendedora, en el cual se habla de las situaciones desfavorables y de desempleo ya que según Jeffrey A. Timmons (1989)² “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada”. Por lo que se cree esencial, conocer la actitud de frente a situaciones adversas, ya que depende de ellas se conocerá si alguien es capaz de emprender en oposición a vientos contrarios. En este caso, mi persona respondió en acierto.

Cuadro 24. De acuerdo a la definición de los tipos de emprendedores ¿Con cuál te identificas?

Ítems 2	Siempre	Casi Siempre	Regularmente	Nuunca
Visionario	1	0	0	0
Por necesidad	0	0	0	1
Inversionista	0	0	0	1
Por azar	0	0	0	1
Especialista	0	0	0	1

Persuasivo	0	0	0	1
Intuitivo	0	0	0	1

Análisis: De la misma manera, para continuar en la determinación personal acerca de la iniciática emprendedora, se elaboró tal pregunta, ya que como seres humanos se debe ser capaz de reconocer que ideal se tiene en la sociedad, en este caso se consideró ser una emprendedora visionario, que se enfoca en lo que le apasiona, junto a sus talentos, así como a las ideas creativas que surgen de la mente para formar algo grande. Por otro lado, se dice que un emprendedor visionario es aquella persona con la capacidad de ver el potencial de una tendencia o tecnología y adelantarse a su competencia, hasta lograr su objetivo. Por ahora se determinó esta gran necesidad, y más adelante podrá abastecerse en mayor escala.

Cuadro 25. De las siguientes opciones, ¿qué te motiva a emprender?

Ítems 3	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
Ayudar a otros	1	0	0	0
Ganar dinero	1	0	0	0
Éxito	1	0	0	0
Familia	1	0	0	0
Ser mi propio jefe	1	0	0	0

Análisis: En este cuadro se muestran los resultados a la pregunta N° 3 del cuestionario N° 2, la cual tiene como finalidad determinar los factores motivacionales que se tienen. En este caso, las cinco opciones presentadas se marcan positivamente ya que son prioridades de ser como persona. Es necesario enfatizar, que los factores motivacionales involucran los sentimientos relacionados con el crecimiento y desarrollo personal, el reconocimiento profesional, las necesidades de autorrealización, la mayor responsabilidad y dependen de las tareas que el individuo realiza en su trabajo.

Cuadro 26. De las siguientes virtudes personales, ¿consideras que actúas diariamente con...?

Ítems 4	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
Audacia	0	1	0	0
Resiliencia	1	0	0	0

Liderazgo	1	0	0	0
Determinación	1	0	0	0
Comunicación asertiva	1	0	0	0
Perseverancia	1	0	0	0

Análisis: Para diagnosticar las características emprendedoras personales, se toma en cuenta ciertos valores y virtudes esenciales en un emprendedor, a los que se respondió positivamente a cinco de seis, y con un nivel de intermitencia en la práctica al no mencionado con anterioridad. Lo que demuestra la vigencia de dichas virtudes personales en lo individual.

Cuadro 27. De las siguientes características de una persona emprendedora, ¿con cuales te puedes definir

Items 5	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
Investigador	0	1	0	0
Desarrollo de autoconfianza	1	0	0	0
Planificación sistemática	0	0	1	0
Fijación de metas y objetivos	1	0	0	0
Asumir riesgos moderados o calculados	0	1	0	0
Búsqueda de oportunidades	0	1	0	0
Persistencia	1		0	0
Autoexigencia de calidad	1		0	0

Análisis: En el cuadro N° 13 se pretende continuar con la evaluación de las características emprendedoras personales, las cuales son descritas de la manera siguiente por Rioja, (2010) “Las características emprendedoras personales (CEPs) son atributos particulares considerados como prerrequisitos para la actividad emprendedora”. Por lo que se cree que, si se es un emprendedor, se debe notar la existencia de varias de estas características mencionadas en el cuadro del presente análisis, en dicha cuadrícula se puede apreciar que se ha desarrollado autoconfianza, persistencia, auto-exigencia de calidad, mientras que por otro lado casi siempre se asumen riesgos y se buscan oportunidades, finalmente se cree que de forma regular se planifica sistemáticamente.

Cuadro 28. ¿Eres talentoso?

Ítems 6	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
	1	0	0	0

Cuadro 29. ¿Te consideras una persona apasionada por el comercio?

Ítems 7	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
	1	0	0	0

Cuadro 30. ¿Consideras que tienes un propósito con tu emprendimiento

Ítems 8	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
	1	0	0	0

Análisis: En atención al cuadro N° 15, 16 y 17, se considera lo expresado por Willmore, (2016), el cual declara que para evaluar las ideas de negocios, debemos tomar en cuenta tres aspectos importantes de la personalidad del individuo:

- Talento: lo que mejor sabes hacer.
- Pasión: lo que disfrutas hacer y no te aburres.
- Propósito: lo que te gustaría ser o aquello que, al pensarlo, te da gran felicidad y te hace sentir realizado.

Por lo que se denota la existencia de las tres cualidades en las características particulares. Acertando con un “siempre” en cada ítem correspondiente a los cuadros mencionados.

Cuadro 31. ¿En situaciones de pocos recursos eres capaz de crear y ser original?

Items 9	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
	1	0	0	0

Análisis: Para evaluar la creatividad se pregunta directamente si la persona se considera capaz de crear y ser original, características esenciales para definir a una persona creativa, que de cualquier recurso sacara su máximo potencial. En lo que respecta a este apartado, se asimila que se posee dicha habilidad.

En conclusión, a todo lo expuesto en los análisis pasados, y para resumir e interpretar la información recolectada de forma completa, se hace necesario cuantificar a través de una gráfica tomando como 100% las 31 opciones a respuesta de cada items.

Cuadro 32.: Totalidad de los resultados de la autoevaluación de competencias emprendedoras

F (X)	Siempre	Casi siempre	Regularmente	Nunca
	20	4	1	6

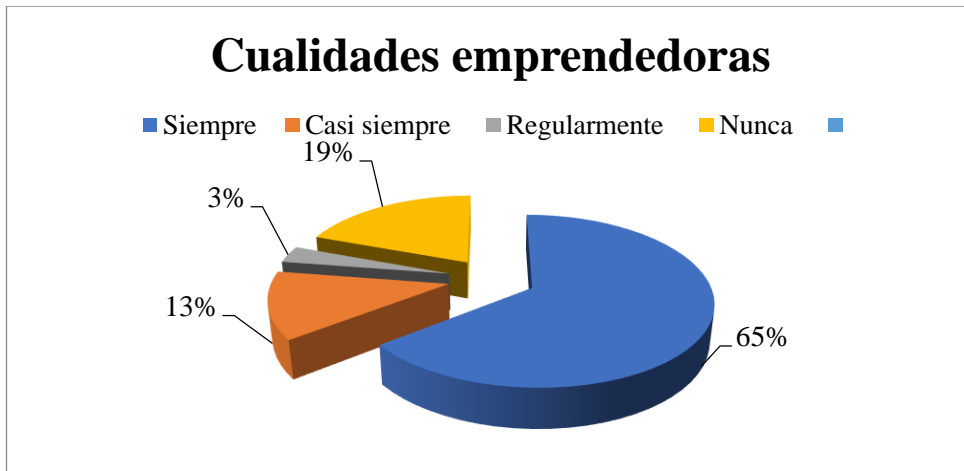


Gráfico 9: Cualidades emprendedoras
Fuente Mendoza J. 2022

Análisis: En énfasis a cada dato arrojado en los cuadros anteriores, se toman en cuentan 31 respuestas como la base o 100% para determinar el porcentaje de aptitudes emprendedoras que se tienen. En lo que “siempre” representa los aciertos o la garantía de que si se poseen con veracidad y las demás respuestas el antónimo a ello. En dicha situación se presenció que se manifiesta un 65% de cualidades emprendedoras en mi persona. Dando fe de que se tiene potencial para negociar en el ambiente comercial.

MOMENTO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El plan de negocios, es una herramienta fundamental para todo emprendedor, y a su vez es el plan de vida de la empresa, a través de este estudio se pudo comprender que en el ámbito empresarial es posible predecir o estimar de forma aproximada ciertos acontecimientos que si se analizan correctamente pueden arrojar datos relevantes para toma de decisiones. No obstante, la planificación es y será necesaria en toda empresa, sea pequeña, mediana y mayores, si no hay un buen diseño de antemano no hay garantía de lo por venir.

En cuanto a cada uno de los objetivos planteados desde un inicio en esta investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

De acuerdo con los resultados en el estudio de mercado, técnico operativo y económico financiero, el Emprendimiento de ropa al estilo cristiana Inversiones Jeshua, es rentable. Debido a que financieramente los valores arrojan resultados confiables de su factibilidad, se determinó una buena receptividad por parte de los clientes, siendo la demanda potencial un 96% de la población seleccionada, en base a esto los siguientes cálculos dieron positivos, ya que el VAN o valor presente neto es mayor a cero y la TIR mayor a la TMAR.

En cuanto al segundo objetivo, notando la extensa gama de planes de negocios se eligió el diseño original, elaborado a partir de una encuesta directa con el público a conquistar, la cual dio resultados muy convenientes al momento de elaborar los cálculos presentes. En cuanto a la propuesta, la aplicación de tal plan de negocios o uso del mismo dependerá del dueño (a) como se determinó en los alcances, sin embargo, es destacable el hecho de que ha proporcionado información de valor que prometen el éxito en dicho emprendimiento.

Recomendaciones

Se recomienda a los próximos investigadores los siguientes puntos:

Realizar la encuesta para estudio de mercado a una muestra más amplia para mayor confiabilidad en cuanto a sus respuestas, así como evaluar minuciosamente en intervalos de tiempo disimiles, esto ayudará a controlar o conocer el avance de la demanda y se podrá tener una certeza optima del rumbo de la inversión.

Usar la información proporcionada de este estudio, para el beneficio de otros emprendimientos o micro- empresas, bien sea como ejemplo o guía. Tomando en cuenta los cálculos y puntos clave para llegar a conclusiones precisas.

A la directiva de inversiones Jeshua:

Elaborar a futuro una estimación más detallada del área técnica operativa para evaluar las posibles opciones para una tienda física, motivando a los clientes a recurrir al lugar con más frecuencia y abrir posibilidades al crecimiento de la demanda a través de un punto geográficamente estratégico que beneficie tanto a la empresa como a los clientes.

Tomar en cuenta la propuesta del plan de negocio para mayores inversiones y mejores resultados, así como también tener presente la elaboración de una estrategia de Marketing que potencie la marca o estilo de ropa comerciada.

ANEXOS

Nombre y Apellido: _____

Fecha _____

Iglesia: _____

Inversiones Jeshua
Tacha con una "X" la opción

1. ¿Qué tipo de ropa es la que más vistes?

- Falda
- Suéteres
- Blusas
- Vestidos
- Sobre todo
- Jumper

2. ¿Qué características crees que debe de tener una prenda de ropa para que decidas comprarla?

- Buen precio
- Facilidad de pago
- Sistema de apartado
- Calidad

¿Qué dificultades se te han presentado al buscar tu tipo de prenda ideal?

Elige 2 opciones.

- Talla
- Estilo
- Precio
- Modalidad de pago
- Escases en el mercado

3. ¿Con que frecuencia compras ropa? Si su rango de tiempo no aparece en las opciones, escríbelo en el espacio correspondiente para respuestas personalizadas.

- Mensual
- Cada dos meses
- Cada tres meses
- Cada cuatro meses
- Cada cinco meses

- Cada seis meses o mas

4. En cuanto al emprendimiento Inversiones Jeshua, ¿te parecen justos los precios y modalidad de pago?

- Justos
- Regulares
- Injustos
- Se pueden mejorar

5. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una prenda de vestir?

- De 5 a 10\$
- De 5 a 15\$
- De 5 a 20\$
- De 20\$ o más

6. ¿Dónde compras habitualmente tu ropa?

- Pago el servicio de una costurera
- Centro comerciales
- Tiendas de la av.20 en Barquisimeto
- Mercado de buhoneros
- Centro de Yaritagua Av. Trocadero

8. ¿Qué tan sencillo encuentras las prendas elegidas en las tiendas más cercanas?

- Fácil
- Regular
- Poco regular
- Escaso
- Difícil de hallar

Nombre y Apellido: _____

Cedula: _____

Nombre del emprendimiento: _____

Cargo: _____

Autoevaluación
Marque con una "X"

1. ¿En situaciones económicamente desfavorables y de desempleo asumes una actitud positiva?

- Siempre
- Casi siempre
- Regularmente
- Nunca

S CS R N

encontrar una oportunidad para su negocio.

- El emprendedor persuasivo:** Perseverante y constante, tiene buenas dotes comunicativas.

S CS R N

2. De acuerdo a la definición de los tipos de emprendedores ¿Con cuál te identificas?

- El emprendedor intuitivo:** Sigue sus impulsos. Tiene empatía y suele saber escuchar.

S CS R N

X Emprendedor visionario: Es aquel que se atreve con cualquier sector. Pasional y vocacional.

S CS R N

- El emprendedor por necesidad:** Busca nuevos rumbos para poder gestar un cambio profesional, ya que suele estar insatisfecho con su actual profesión.

S CS R N

- El emprendedor inversionista:** Tiene capital y decide crear una compañía.

S CS R N

- El emprendedor por aza:** La suerte juega un papel importante en este tipo de emprendedor. Está en el lugar adecuado en el momento oportuno.

S CS R N

- El emprendedor especialista:** Aprovecha los errores de otros para

3. De las siguientes opciones, ¿qué te motiva a emprender?

- Ayudar a otros S CS R N
- Ganar dinero S CS R N
- Éxito S CS R N
- Familia S CS R N
- Ser mi propio jefe S CS R N

4. De las siguientes virtudes personales, ¿consideras que actúas diariamente con...?

- Audacia S CS R N
- Resiliencia S CS R N
- Liderazgo S CS R N

- Determinación S CS R N
- Comunicación asertiva S CS R N
- Perseverancia S CS R N

- Regularmente
- Nunca

5. De las siguientes características de una persona emprendedora, ¿con cuales te puedes definir?

- Investigador S CS R N
- Desarrollo de autoconfianza S CS R N
- Planificación sistemática S CS R N
- Fijación de metas y objetivos S CS R N
- Asumir riesgos moderados o calculados S CS R N
- Búsqueda de oportunidades S CS R N
- Persistencia S CS R N
- Autoexigencia de calidad S CS R N

9. ¿En situaciones de pocos recursos eres capaz de crear y ser original?

- Siempre
- Casi siempre
- Regularmente
- Nu

6. ¿Eres talentoso?

- Siempre
- Casi siempre
- Regularmente
- Nunca

7. ¿Te consideras una persona apasionada por el comercio?

- Siempre
- Casi siempre
- Regularmente
- Nunca

8. ¿Consideras que tienes un propósito con tu emprendimiento?

- Siempre
- Casi siempre

REFERENCIAS

Villamar M (2020) *“Factores que inciden en el fracaso de emprendimientos en la ciudad de Daule- Cabecera Cantonal”* Guayaquil- Ecuador

Dominguez, N. y Noreña, Y. (2020) *“Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para mujer en la ciudad de Guadalajara de Buga”* Guadalajara de Buga

Gutiérrez. M (2018) *“Modelo de negocio para un nuevo emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano”* Bárbula

Cadena A. (2017) *“Estudio de la factibilidad económica financiera para la creación de una empresa dedicada al servicio de tintorería en el Centro Comercial El Recreo, Parroquia El Recreo- Distrito Capital”* Caracas

Cegarra. M y Torrealba. S. (2019) *“Estudio de factibilidad económica para la instalación de una empresa dedicada a la elaboración de pan salado en Sabana de Parra- Edo Yaracuy”* Yaracuy

Nora A y otros (2018) *“La importancia de hacer un plan de negocios”*. Recuperado de : <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no55/55plan.pdf>

Silva D (2021) *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*. Block de Sendenks . Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

L. y Espejo J., Mc Graw Hill. (2004) *Mercadotecnia*, Tercera Edición, , Pág. 243.

Fischer L. y Espejo J., Mc Graw Hill. (2004) *Mercadotecnia*, Tercera Edición, , Pág. 240.

Philip K. (1999) *El Marketing Según Kotler*, Editorial Paidós SAICF, Pág. 136.

Huaman A. (2020) *“Análisis económico-financiero herramienta clave para la evaluación financiera en las compañías: una revisión de la literatura”* .Lima

Ramos C. (2015) *Los Paradigmas De La Investigación Científica*.