

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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA PARA LA EMPRENDIMIENTO “TEQUEÑOS
PERUCHO” DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TEQUEÑOS DE SABORES NO
TRADICIONALES**

**Autor: Carlos Yánez
Asesora: Marysabel Escobar**

Barquisimeto, marzo de 2023



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA “TEQUEÑOS PERUCHO” DEDICADA A
LA PRODUCCIÓN DE TEQUEÑOS DE SABORES NO TRADICIONALES**

Trabajo Especial presentado como requisito para optar por el grado de Técnico Superior en
Contaduría Pública

Autor: Carlos Yáñez

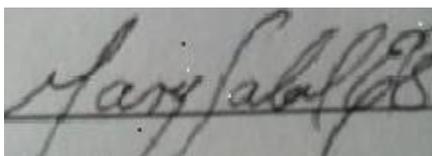
Barquisimeto, febrero de 2023

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

ACEPTACIÓN DEL ASESOR

Por medio de la presente hago constar que acepto asesorar al estudiante: **Carlos Alberto Jesús Yáñez Galindez**, cédula de identidad n° **V- 26.540.782** cursante del 6to semestre de la carrera **Contaduría**, durante el proceso de desarrollo de los momentos, **diseño, ejecución, presentación y defensa oral del trabajo especial de grado.**

En la ciudad de Barquisimeto, a los 18, días del mes de Marzo, de 2023



**Marysabel Escobar
C.I.: V-7444138**

VEREDICTO



VEREDICTO

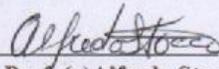
Quienes suscribimos, Prof. Marysabel Escobar C.I.: V-7.444.138 (Asesor Académico); y Profe. Alfredo Stocco C.I.: V-7.362.610 (Jurado), Prof. Dasha Querales (a) C.I.: V-6.301.160 (Jurado), designados por la Coordinación Académica, con la aprobación de la Dirección del Instituto Universitario Jesús Obrero, Extensión Barquisimeto, para examinar el Trabajo Especial de Grado de la Carrera: Contaduría de (la) Br.: Carlos Alberto Jesús Yanez Galindez C.I.: V-26.540.782

Titulado: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA TEQUEÑOS PERUCHO DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TEQUEÑOS DE SABORES NO TRADICIONALES

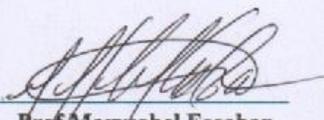
Hacemos constar que hoy, 25 de mayo del 2023.

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) Alfredo Stocco
Jurado
C.I.: V-7.362.610


Prof. (a) Dasha Querales
Jurado
C.I.: V-6.301.160


Prof. Marysabel Escobar
Asesor
C.I.: V-7.444.138



DEDICATORIA

Ante todo le doy gracias a Dios por la oportunidad de estar en el aquí y en el ahora en este momento tan anhelado, por siempre ser mi fortaleza y mi impulso para continuar en cada momento de mi vida a pesar de las adversidades, por colocar personas que me guíen en este camino y esta meta que estoy cumpliendo, el comienzo de muchas de las metas que lograré, más que pedir agradezco por vivir; porque tuve esta oportunidad de estudiar y formarme profesionalmente y aunque el camino no fue fácil, gracias a Ti por estar siempre para mí, me diste la fortaleza que tanto necesité en los momentos que creí no poder continuar.

Dedico este trabajo a mis tíos Pedro y Yolimar Dos Santos, por haberme ayudado permitiendo realizar este trabajo sobre su emprendimiento Tequeños Perucho, gracias por todo el apoyo y comprensión.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios mi padre celestial, quien ha sido el centro fundamental de mi vida para salir adelante, por permitirme vivir esta maravillosa experiencia y obtener este maravilloso aprendizaje, por ser quien me motiva cada día de mi vida, con solo darme la oportunidad de abrir los ojos y observar lo maravillosa que es la vida, porque a pesar de no ser un camino fácil me brindó la tranquilidad, la paz, y la paciencia en mi corazón para continuar a pesar de las dificultades, y porque pase lo que pase es él quien me sustenta, me sostiene y no me deja caer, por todo esto y más gracias mi Dios.

A Mi padre Jacobo Yánez, por brindarme el apoyo total, y motivarme con sus palabras, que me impulsan a continuar, por estar en cada situación difícil de mi vida, y ser mi apoyo en cada logro, meta y objetivo trazado, y por siempre colocar a su hijo como prioridad ante cualquier adversidad.

A mi Madre Idalias Galindez, porque a pesar de la distancia, me brinda la confianza que tanto necesito, y me expresa que yo puedo lograr todo lo que me proponga, por el apoyo moral e incondicional, por darme la vida y apoyarme en todo momento.

A la profesora Emilia Vázquez por siempre apoyarme, ser una guía incluso en los momentos más difíciles para mí, por su cariño incondicional. De todo corazón le digo gracias

A mi Asesora Marysabel Escobar por su paciencia, tiempo y orientación para poder concluir este trabajo de grado. Gracias por estar conmigo en esta segunda oportunidad

A mi amiga, compañera y futura colega Kallymar Zalometh Vázquez Alvarado, por siempre ayudarme, aconsejarme, apoyarme en todos los aspectos desde que iniciamos la carrera en el instituto. Me va a faltar vida para demostrarte todo lo que significas para mí y agradecerte por ayudarme a llegar hasta este momento.

Finalmente, Al instituto Universitario Jesús Obrero, y cada uno de sus integrantes por todo el aprendizaje obtenido, por prestar tan excelente servicio, y generar en mí un crecimiento tanto profesional como humano, por eso y más muchas gracias.

ÍNDICE GENERAL

VEREDICTOiv
DEDICATORIAv
AGRADECIMIENTOvi
INDICE GENERALvii
LISTA DE CUADROSviii
LISTA DE GRAFICOSix
RESUMENx
INTRODUCCIÓN1
MOMENTO I SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO2
Descripción detallada de la situación objeto de estudio2
Objetivos5
General5
Específicos5
Justificación e importancia5
Alcance6
MOMENTO II SOPORTE CONCEPTUAL8
Antecedentes8
Bases teóricas1
Bases legales15
MOMENTO III ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL20
Naturaleza de la investigación20
Técnicas e instrumentos de recolección de datos22
Población y Muestras22
Estrategias procedimentales de desarrollo de la investigación24
MOMENTO IV RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN27
Resultados de la investigación38
MOMENTO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES43
REFERENCIAS45

LISTA DE CUADROS

CUADRO	p. p
1 Matriz de Operacionalización de la Variable.....	19
2 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	30
3 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	31
4 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	32
5 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	33
6 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	34
7 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	35
8 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	36
9 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	37
10 Plan de negocios.....	40
11 Costo de Variable mensuales.....	41
12 Costos indirectos mensuales.....	42

LISTA DE GRAFICOS

GRÁFICO

1	Gráfico N°1: Muestra del producto.....	30
2	Gráfico N°2: Stock Variado.....	31
3	Gráfico N°3: Precios de oferta.....	32
4	Gráfico N°4: Formación de clientes VIP.....	33
5	Gráfico N°5: Prestación de Servicios.....	34
6	Gráfico N°6: Precios.....	35
7	Gráfico N°7: Aceptación del producto.....	36
8	Gráfico N°8: Publicidad.....	37

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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA “TEQUEÑOS
PERUCHO” DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TEQUEÑOS DE SABORES NO
TRADICIONALES**

Autor: Carlos Yáñez

Asesor: Marysabel Escobar

Fecha: febrero de 2023

RESUMEN

El presente estudio tuvo como finalidad, elaborar una guía a seguir para la aplicación de un plan de negocios de la Empresa Tequeños Perucho en Barquisimeto, estado Lara. El proyecto correspondiente se enmarcó dentro de una investigación cualitativa, orientada hacia un diseño de investigación de campo, de tipo descriptivo con diseño no experimental. La población elegida para ser estudiada en la investigación es infinita, puesto que es imposible cuantificar la cantidad de posibles clientes en los alrededores de la localidad de la carrera 9 entre calles 8 y 9 del barrio San José en Barquisimeto, estado Lara; se elige una muestra de 30 personas de las cuales se obtuvo información a través de una encuesta. Para la recolección de datos, el instrumento aplicado, fue un cuestionario que constó de (8) preguntas dicotómicas presentado en gráficos tipo circulares. Esta investigación trata del estudio técnico operativo y de mercado para la Empresa Tequeños Perucho. De acuerdo a la información recolectada se concluye que se debe elaborar el plan de negocio en cualquier Empresa que se decida crear; ya que es de suma importancia, porque permite identificar la relación que se obtiene con el cliente, las necesidades que posee la Empresa, cual es el segmento de clientes, así como las distintas estrategias para que marche con éxito y de esta manera, se analizan las ventajas que posee la misma. El plan realizado en la presente investigación permitió identificar que es completamente viable para su ejecución. Entre la recomendación más importante que destaca el presente trabajo de investigación se encuentra: generar recursos suficientes para la compra de materia prima e insumos necesarios para la elaboración de nuevos platillos salados, dulces y la creación de combos innovadores que capten la atención de los consumidores, evaluar la percepción y opinión con respecto al servicio.

Indicadores: Plan de negocios, pasapalos, empresa, innovación.

INTRODUCCIÓN

Dar inicio a un negocio, desde el punto de vista emprendedor, es diferente a administrar una emprendimiento o trabajar para ella; comenzar un negocio es parte de una idea inicial y la decisión de abordar un proyecto que permita al emprendedor iniciarse en el mercado lo que debe realizarse con precaución, para ello, se debe contar con información y herramientas necesarias que le faciliten el proceso. Por consiguiente, el objetivo principal está basado en elaborar un plan de negocios para la emprendimiento “Tequeños Perucho” dedicada a la producción de tequeños de sabores no tradicionales en Barquisimeto, estado Lara. Esta idea nació por la necesidad de obtener un ingreso así como la oportunidad de manejar un negocio independiente, pues hoy la independencia financiera, es de suma importancia, ya que permite el crecimiento laboral y personal, donde dichos ingresos están basados en emprender hasta obtener ganancias que se logran con la toma de decisión de crear la emprendimiento con esfuerzo, disciplina y dedicación.

Es por esta razón que la presente investigación considera importante tener una visión del mercado al que se quiere llegar y esto solo se conoce cuando se realiza un estudio previo que permita analizar de manera anticipada los pros y contras para saber hacia dónde y cómo se va emprender la idea de negocio. Tomando en cuenta algunos aspectos sobre el plan de negocios como son analizar, investigar e indagar, se puede determinar si este proyecto emprendedor es viable tanto en el aspecto financiero como el análisis técnico y de mercado.

Por lo tanto, dicho trabajo está estructurado en los siguientes momentos:

Momento I, se realizó el análisis de la situación objeto de estudio, la redacción de los objetivos, lo cual se siguió criterios respectivos para la formulación de objetivos, seguida de la justificación e importancia de la investigación y por último el alcance.

Momento II, se presentan los antecedentes del estudio, las bases teóricas y legales que son de interés en la resolución del problema y el cuadro de variable.

Momento III, comprende la orientación procedimental, desde el tipo de estudio, la naturaleza de la investigación y técnicas e instrumentos de recolección de datos con el fin de determinar la viabilidad del proyecto.

Momento IV, se encuentra el análisis de los resultados y el plan de negocio.

Momento V, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones.

MOMENTO I

SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Descripción detallada de la situación objeto de estudio

En los últimos años al mundo empresarial le ha correspondido afrontar diversos cambios que ha presentado la economía, dichos cambios han generado resultados negativos en cada una de estas organizaciones ya que ha limitado el desempeño y la productividad de las mismas, generando una gran cantidad de desempleo. Por este motivo cada persona afectada por estas medidas, busca una solución con el fin de obtener la manera de generar ingresos de forma independiente. Esta situación, ha impulsado a las personas a emprender en su propio negocio con el propósito de obtener ingresos de forma individual, lo que conlleva a la creación de emprendimientos o empresas que brinden oportunidades a corto o largo plazo con el fin de adquirir un mejor estilo de vida.

Por lo antes mencionado, emprender es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relación con la creación de emprendimientos, empresas, nuevos productos e innovación de los mismos: ya sean nuevos o viejos que se producirán de una nueva manera y para la que se debe proveer una nueva fuente de insumos para realizar la innovación del producto de una forma exitosa, cumpliendo las expectativas de los consumidores al satisfacer sus necesidades. El proceso representa un constante cambio puesto que, al pasar el tiempo, el o los consumidores de estos productos o servicios presentarán otras necesidades y los emprendedores deberán estar preparados para cumplir estas nuevas expectativas

En tal sentido, según Drucker (1998), define: “El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo” (p.10). Lo cual indica que, el emprendimiento hace énfasis específicamente en un aumento máximo de las oportunidades, donde estas sean de gran influencia con efectividad, que se define como la capacidad de lograr cada uno de los objetivos propuestos teniendo en cuenta el desempeño

general de la cadena de producción, la efectividad es lo que realmente caracteriza y es de suma importancia en un trabajo.

Al respecto, Timmons (1989), afirma que:

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. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados. (p. 47).

De esta manera, el emprendimiento es la toma de decisión de innovar y de crear una nueva emprendimiento o empresa que no tiene iniciativa en ninguna de sus áreas o que no está totalmente establecida, la misma puede presentar riesgos en el trascurso de su realización, por lo tanto, su principal objetivo es tomar riesgos, tener la disposición, y el compromiso para lograr la independencia laboral y financiera; de igual manera, en la actualidad se presentan distintos tipos de cambios enfocados en el tema de la devaluación monetaria, que pueden afectar la independencia laboral.

Al respecto, Schumpeter (1942), indica:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria (p.12).

Por tal motivo, se debe realizar un estudio de herramientas que ayuden a enfrentar estas situaciones, alguna de ellas son: la motivación del emprendedor, la identificación de una idea de mercado, la existencia de los recursos y las habilidades y destrezas adquiridas en el área del mercado escogido.

En base a lo expuesto se puede inferir que, para obtener el éxito se debe establecer constancia, esfuerzo y dedicación de cada uno de los actos que se ejecutarán para la elaboración de una nueva emprendimiento. Cabe destacar que, puede haber la posibilidad de enfrentar muchos obstáculos que se presenten en el trascurso del tiempo. Por ello, es de suma importancia mencionar que, un negocio exitoso es aquel que aporta y genera valor manteniéndose en su mercado inicial; sin embargo, ese éxito no solo significa vender más, sino el poder seguir

creciendo como un negocio y marca satisfaciendo las necesidades de sus clientes; en conjunto con la firmeza, la confianza, y la fe, de llegar al objetivo trazado.

Es así que surge la idea de elaborar un plan de negocios para para la emprendimiento “Tequeños Perucho” dedicada a la producción de tequeños de sabores no tradicionales en Barquisimeto estado Lara, con el objeto de lograr un cambio laboral a beneficio personal y empresarial, para el crecimiento de cada uno de los integrantes del equipo emprendedor. Cabe destacar, que es de gran beneficio crear una empresa porque la misma genera compromiso y experiencia para su constitución, para esto se requiere mucho esfuerzo. A futuro, alcanzar los objetivos propuestos, será de gran satisfacción y beneficio, porque permitirá tener un negocio propio donde se goce de cada uno de los beneficios de forma personal y a su vez obtener la libertad financiera que tanto se desea, y por lo que se realiza tan valioso esfuerzo.

En este sentido, se plantea la realización de un emprendimiento que sirva para el crecimiento personal y laboral, de esta manera generar ingresos para cubrir las necesidades básicas, así como también lograr los objetivos a lo largo del crecimiento de la empresa “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara. Es importante resaltar, que la ejecución de esta se realizará con el fin de prestar la mejor atención personalizada a cada uno de los clientes con sabores innovadores; es decir, la realización de pasapalos dulces y salados o la combinación de ambos sabores, para la satisfacción de la clientela en general con el objeto de cautivarlos y mantener una fidelidad al probar la calidad del producto.

Por lo tanto, la formalización para la producción de pasapalos dulces como pequeña emprendimiento requiere realizar un registro fiscal de dicho negocio, sin embargo, debido a la inestabilidad económica previamente mencionada; hace que este proceso jurídico se aplase puesto que actualmente no cuenta con los recursos necesarios para presentarse como una empresa sin mencionar que aún es reciente la inauguración de dicho emprendimiento. Por los antes ya mencionado surgen las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las características de la emprendimiento “Tequeños Perucho” en base a sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en Barquisimeto estado Lara?

¿Cuál es la factibilidad operativo y de mercado para la emprendimiento “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara?

¿Cuáles son las pautas para elaborar el plan de negocios para la emprendimiento

“Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la empresa “Tequeños Perucho” dedicada a la producción de tequeños de sabores no tradicionales.

Objetivos Específicos

Diagnosticar las características de la emprendimiento “Tequeños Perucho” en base a sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Determinar la factibilidad operativa y de mercado para la emprendimiento “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara.

Establecer los pasos a seguir para el diseño de un plan de negocios de la emprendimiento “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara

Justificación de la Investigación

El presente trabajo de grado pretende diseñar un plan de negocios con la finalidad de crear un bocadillo innovador, al crear tequeños de sabores no tradicionales en la empresa “Tequeños Perucho”, con el objeto de obtener la libertad financiera que desea todo individuo en pleno desarrollo personal y profesional, cabe mencionar, que el desarrollo del presente emprendimiento sirve de base para potenciar búsquedas futuras debido a la relevancia y amplitud del tema, contribuye en el crecimiento de la creación de empresa, que permiten el desarrollo en el área empresarial, para cada individuo que desee formar una organización independiente.

Por tal motivo, la justificación es la parte más importante del trabajo de investigación puesto que allí se muestran las razones del por y para qué se realiza la investigación del tema escogido en específico, por lo que es de suma importancia identificar con qué objetivo se va a trabajar en el proyecto de investigación, y cuál es la finalidad, que se obtendrá de forma positiva

ante la realización de esta investigación, por eso es importante plasmar cada una de las ventajas para la realización de este nuevo emprendimiento que ayudara a obtener el crecimiento laboral, personal y empresarial que tanto se desea, y de esta manera también la libertad económica y financiera a nivel personal.

Cabe resaltar, que el emprendimiento se ha convertido en un tema de interés para muchas personas, por su preocupación e importancia acerca de obtener una estabilidad, libertad financiera así como un mejor estilo de vida y sostenibilidad, en donde el único límite es la imaginación de cómo o cuando realizar el diseño de la estrategia utilizada para la ejecución y creación de la empresa, o cuáles serían cada uno de los pasos para lograr el objetivo planteado. En este sentido la importancia principal de la presente investigación consiste en realizar un aporte con lineamientos esenciales que le permitirán a cualquier emprendedor desde el punto de vista metodológico, concebir un plan de negocios desde la experiencia de la emprendimiento “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara, siendo este el emprendimiento seleccionado para obtener no sólo una estabilidad financiera y personal, sino promover la calidad del producto y su diversificación a partir de la creación de tequeños de sabores no tradicionales.

Alcance de la Investigación

En base al estudio del análisis de los procedimientos existentes, el alcance de la presente investigación es la de elaborar un plan de negocios para la creación de tequeños de sabores no tradicionales en la empresa “Tequeños Perucho” con la finalidad de obtener resultados satisfactorios donde se logren los objetivos deseados. Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) indican que: cuando se habla sobre el alcance de una investigación no se debe pensar en un tipo concreto de estudio de investigación, ya que más que una clasificación, lo único que indica dicho alcance es el resultado que se espera obtener del estudio. Por lo antes mencionado el alcance en un trabajo de investigación indica el resultado que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es muy importante identificar las limitaciones de dicho alcance, antes de empezar a desarrollar la investigación.

El presente trabajo de investigación, es elaborado en base a un emprendimiento personal, que se desea mantener en el tiempo, a manera de lograr prestar un excelente servicio a la comunidad, así como generar empleo a nuevas personas en un tiempo determinado, con el fin de desarrollar el crecimiento de la emprendimiento, y beneficiar a los habitantes. Por ello, la emprendimiento “Tequeños Perucho”, inició sus actividades como un negocio familiar ubicada en la comunidad Barrio San José en la carrera 9 entre calles 8 y 9; Barquisimeto- Edo. Lara., adquiriendo sus equipos materiales e integrando el capital humano en un periodo correspondiente a 15 semanas, culminando el día trece de agosto del año 2022. A partir de allí se establece la necesidad de elaborar un plan de negocios para la producción de tequeños de sabores no tradicionales en la empresa “Tequeños Perucho”, con el objetivo de saciar y promover el arte culinario en la unión de lo dulce y salado. Se prevé que, en la referida emprendimiento, laborarán tres (3) personas inicialmente. Por tal motivo, el análisis y alcance de la investigación se enfoca en el estudio de las necesidades que amerita la emprendimiento, en la determinación de la factibilidad operativa y de mercado donde se identifiquen las distintas materias primas que se utilizará para la realización de los productos destinados a la venta, así como también en los pasos a seguir para el diseño de un plan de negocios de la emprendimiento “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara.

MOMENTO II

SOPORTE CONCEPTUAL

Antecedentes de la Investigación

Resulta importante que el presente estudio se apoye en trabajos previos desarrollados sobre el tema de emprendimiento. Para esto, se realizó una recopilación de información organizada y detallada de trabajos de investigación similares que establezcan el grado de importancia del tema y el análisis que posibilita la interpretación de los resultados obtenidos y la formulación de conclusiones acerca del emprendimiento para su posterior ejecución, mejoría y crecimiento en el área de emprendimiento.

En este sentido, Arias (2006) establece que:

Todos los trabajos de investigación que anteceden al nuestro, es a decir, aquellos trabajos donde se hayan manejado las mismas variables o se hayan propuesto objetivos similares; sirven de guía al investigador y le permiten hacer comparaciones y tener ideas de cómo se trató el tema en esa oportunidad. (p.78).

Es por ello, que es necesario realizar una investigación de trabajos anteriores que permitan la evaluación y comparación con el trabajo que se elabora actualmente, lo que conlleva al estudio de los distintos cambios que podrían existir a lo largo de esta ejecución.

En base a lo expuesto, se realizó una revisión de trabajos de grados en los distintos niveles académicos permitiendo conocer lo que se ha investigado con anterioridad en el ámbito internacional, nacional y local, con el fin de determinar los aportes positivos o debilidades enfrentadas al momento de tomar la decisión de realizar el emprendimiento para el crecimiento personal y laboral, y así de esta manera evitar sesgos a lo largo de la ejecución del plan de negocios para la producción de tequeños de sabores no tradicionales en la empresa “Tequeños Perucho” de Barquisimeto, estado Lara.

En el ámbito internacional, Fazio (2019), realizó una investigación en la Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas provincia Mendoza, en Argentina, titulada: **Startups: la nueva manera de hacer negocios**. Su objetivo general, es describir el fenómeno de las startups en Mendoza. Consiste en una investigación descriptiva con diseño no experimental, de enfoque cualitativo, y fue presentando en forma de entrevista. El propósito del trabajo de investigación fue brindar un documento útil para estudiantes y profesionales, con la finalidad de poder dar a conocer las startups como nuevos modelos de gestión que surgen antes las necesidades de la sociedad ya que probablemente en un futuro no tan lejano, cada vez será mayor la presencia de las mismas no solo en Mendoza Argentina, sino también globalmente.

Por lo antes mencionado, este antecedente se vincula con el presente trabajo de investigación, ya que se enfoca en una Startup que es una organización humana con gran capacidad de cambio que tiene como fin desarrollar productos o servicios, de gran innovación, altamente deseados o requeridos por el mercado, donde su diseño y comercialización están orientados completamente al cliente. Esta estructura suele operar con costos mínimos, pero obtiene ganancias que crecen exponencialmente, de esta manera, permite hacer un estudio a fondo con respecto a las estrategias que impulsen al crecimiento de la empresa “Tequeños Perucho” para desarrollar productos de gran innovación, donde el cliente este satisfecho por el servicio y el producto que se presentara.

De igual forma, a nivel nacional, Gutiérrez (2018) realizó un trabajo de grado presentado ante la Dirección de Postgrado de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Carabobo, Valencia titulado: **Plan de negocio para un nuevo emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano**. La metodología usada en esta investigación fue el modelo de negocio Canvas, donde a través de esta herramienta se identificó la propuesta de valor que enajara con el segmento de mercado para el emprendimiento. El tipo de investigación utilizada fue de tipo cualitativa descriptiva, realizada a través de entrevistas en profundidad usando las redes sociales a personas mayores de cuarenta (40) años con posible situación de diabetes, para determinar la validez de crear el producto propuesto. Su objetivo fue explorar y diseñar hipótesis y experimentos que le permitieron descubrir el modelo de negocio adecuado para su investigación.

Esta investigación logró evidenciar, que un modelo de negocio es un documento

participativo y dinámico, donde el cliente está presente en todo momento, donde dicho modelo debe y puede ser modificado, rediseñado o adaptado a los continuos y rápidos cambios del entorno. Se relaciona con esta investigación, en vista que demostró que esta herramienta es buen punto de partida para un emprendedor, ya que permiten obtener información precisa, de datos de clientes reales, con el apoyo de técnicas e instrumentos de análisis, es importante además, porque para llevar a cabo un negocio se necesita primero de la validación del público, no se puede comenzar a implementar un plan de negocio si no se prueba y se analiza la viabilidad del producto primero, y al mismo tiempo confirmar que los consumidores tienen la necesidad y la intención de compra. Es necesario resaltar que, orienta al emprendedor a diseñar y explorar qué estrategias funcionan y cuáles no, para descartarlos y luego poder elaborar un plan de negocio basado en un aprendizaje validado lo cual se vincula con lo que el presente trabajo quiere lograr.

Por su parte, Chávez y Carrasco (2021) presentaron un trabajo especial de grado, en el Instituto Universitario Jesús Obrero, Barquisimeto, Edo-Lara. Titulado: **Desarrollo de un Plan de Negocios para la producción de mermeladas de sabores no tradicionales por la Emprendimiento “La Caroreña” para optar por el título de T.S.U en Administración de Emprendimientos.** El objetivo general de este trabajo consistió en desarrollar un plan de negocios para la producción de mermeladas de sabores no tradicionales por la emprendimiento “La Caroreña” en Carora, estado Lara. La investigación estuvo enmarcada dentro de una investigación cuantitativa positivista, orientado hacia un diseño de investigación de campo de tipo descriptivo no experimental con diseño transaccional. La técnica aplicada para la recolección de esta investigación fue la encuesta y el instrumento aplicado fue un cuestionario para una población de 30 hombres, mujeres y niños de cualquier edad radicados en Carora, el cual les permitió obtener información y conocer el interés de las personas residenciadas en el municipio por consumir mermelada.

En su conclusión principal demostró que, mediante el estudio de mercado se pudo conocer la viabilidad del producto, y el alto grado de aceptación que generaría lanzar un producto inédito y original al mercado. La relevancia que existe entre este antecedente con la presente investigación, es que demuestra que el plan de negocio es un pilar fundamental, porque mediante este estudio es que se puede conocer si existe o no una oportunidad de negocio, si el proyecto tendrá aceptación entre el público o si el producto será lo suficientemente atractivo para

el consumidor. Además, reafirma la importancia de realizar un análisis estratégico para poder conocer los hábitos y tendencias del consumidor antes de introducir el producto al mercado.

Bases teóricas

El desarrollo de la presente investigación presenta una serie de elementos conceptuales que definen la situación del trabajo de investigación, estas permiten que el instrumento diseñado, o técnica empleada de estudio posea validez. Cabe señalar que las bases teóricas juegan un papel importante para el desarrollo de cualquier investigación ya que en ella se señalan los diferentes aportes de conceptos de los elementos que conformaran el diseño. Según Bavaresco, A. (2006) sostiene que: “la base teórica tiene que ver con las teorías que brindan al investigador el apoyo inicial dentro del conocimiento del objeto de estudio”. Es decir, cada problema posee algún referente teórico, lo que indica, que el investigador no puede hacer abstracción por el desconocimiento, salvo que sus estudios se soporten en investigaciones puras o bien exploratorias. Cabe resaltar también que los trabajos no se basan solamente en el entorno donde se desarrollan es de suma importancia, la recopilación de información de los estudios efectuados por otras personas que tienen el mismo interés en el tema de emprendimiento.

En este orden, Arias (2012) señala que “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado para sustentar o explicar el problema planteado” (p.07). Así que, la información de carácter bibliográfico es muy importante en la elaboración de una investigación, ya que permite el ordenamiento de las ideas y teorías desarrolladas por diferentes autores.

Por lo antes expuesto, el basamento teórico constituye la parte de refuerzo de toda investigación y ayuda a organizar cada uno de los contenidos expuestos de la descripción del problema, y de esta manera los mismos sean convertidos en acciones concretas. Para la toma de decisión de la ejecución del emprendimiento ya mencionado es de suma importancia organizar conceptos teóricos que validen la presente investigación, así como identificarlas fortalezas y debilidades que se tienen, para observar y analizar cuáles son las amenazas y las oportunidades al momento de realizar la creación de la empresa, a través de este proceso se analizan los clientes, el mercado, los competidores cercanos que posea la empresa o emprendimiento, para crear un plan estratégico que ayude en la toma de decisiones, con el fin de que sean satisfactoria para los

clientes y se logre el éxito empresarial guiándose de cada conceptos que posean validez.

Microempresa

Por lo general, las microempresa poseen a un solo emprendedor, con lo cual el funcionamiento técnico y financiero de esa emprendimiento es direccionado solo por esa persona, debido a esta situación, es recomendable que una sola persona encargada sea la que lleve a cabo todas las operaciones realizadas para su correcto desarrollo empresarial, y así, evitar errores futuros que perjudiquen la emprendimiento.

Al respecto Monteros (2005) señala que:

Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación (P.15).

Por lo antes mencionado, la microempresa está basada en la asociación de personas, que poseen conocimientos, actitudes, habilidades, y recursos materiales, con los cuales se puedan organizar para la creación de nuevos productos y servicios, que presten a sus consumidores, de tal forma, luego de invertir en este servicio, obtendrán frutos, de los esfuerzos que han realizado, cabe destacar que mediante esta microempresa creada cada uno de estas personas que estén involucradas en la asociación, tendrán grandes beneficios por el hecho de poseer una emprendimiento de su propiedad donde la inversión será el punto clave para lograr los objetivos trazados.

Emprendimiento

Básicamente el emprendimiento tiene significados muy positivos, emprender es aquella actitud y aptitud de la persona que permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; y esto le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya se ha llegado. Al respecto, Drucker (1998) indica que, “El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad” (p.0.143). Por lo antes mencionado, emprender está basado en la persona que quiere alcanzar mayores logros e iniciar nuevos caminos, se refiere a la capacidad de una persona

para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo la misma quien inicia una nueva emprendimiento o proyecto, emprender es un término que después fue aplicado a emprendimientos que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente, lo que hoy ha derivado en el concepto de emprendimiento actual.

Emprendedor

Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios así, con base en ello, organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto de emprendimiento. Al respecto, Bittan (2017), indica: “el emprendimiento puede definirse dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político, social entre otras” (p.29). Por lo antes mencionado, es aquel que se convierte en creador o fundador de una iniciativa de negocios empresarial. Esto, individualmente o actuando como colaborador en unión a otros individuos ayudando a realizarlo, el emprendedor ocupa posiciones en los proyectos de emprendimiento en los que se encarga de dirigir y organizar su nacimiento y posterior funcionamiento. De ese modo, asume una serie de riesgos, en mayor parte, de carácter financiero o económico.

Plan de Negocios

La finalidad de la presente investigación está basada en la creación de un plan de negocios, el mismo es indispensable para la apertura y el desarrollo de cualquier actividad emprendimiento, ya que por medio de él encontraremos la forma correcta para el funcionamiento de la emprendimiento, de esta manera logramos obtener una idea clara de cada una de las actividades que debemos realizar para cumplir con los objetivos trazados, el plan de negocios es una serie de pasos ordenados para la ejecución de un proyecto o una emprendimiento. Es por ello que se hace necesario, según Blank (2014), que el emprendedor genere una lista de puntos para validar en el mercado, de esa forma conocerá algunas realidades del modelo de negocio de su plan, y podrá escribir un documento convincente, con evidencias que llamarán la atención de los

inversionistas (p.30).

Por lo antes mencionado, es de suma importancia la realización del plan de negocios antes de la ejecución de una emprendimiento, porque este favorece a identificar y estudiar el mercado actual e identificar ¿cuáles son las áreas donde la productividad tiene mayor movimiento de ventas?, de esta manera, se determina si dicho modelo es viable o no, para salir al mercado. Cabe mencionar, que el emprendimiento “Tequeños Perucho” tiene por objetivo la venta de tequeños de sabores no tradicionales para el deleite de sus clientes, y la misma, está clasificada como alimentación porque pertenece al área de pasapalos (bocadillos) y estos son de consumo humano, por lo antes expuesto, se caracteriza como una excelente área de comercialización. Así como también, se debe realizar un estudio de la materia prima, para obtener ingresos y egresos que sean necesarios, y permitan generar ganancias y evitar pérdidas innecesarias.

Innovar

Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado; cabe resaltar que, la innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado.

Al respecto, Drucker (1986) expresa que:

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

Por lo antes mencionado, la innovación hace referencia a la forma de buscar opciones y nuevas ideas como oportunidad, para obtener un negocio diferente, básicamente, es el proceso de modificación de ideas ya existentes, que deben ser adaptadas con disciplina para que las mismas posean un impacto de manera favorable en el mercado, y de esta forma, permita al emprendedor obtener resultados favorables, basados en esta decisión.

Análisis del Entorno

Quienes realizan estudios administrativos y gerenciales conocen que las emprendimientos y organizaciones no se encuentran aisladas del ambiente en el que se desarrollan, sino más bien conforman un sistema de interacción constante, donde la multitud de elementos del exterior influirán de manera directa e indirecta al interior y viceversa, por ello es importante conocer, comprender y analizar el entorno empresarial. Para Quiroa (2019), el análisis del entorno se realiza “con el propósito de poder tomar decisiones que vayan orientadas al mercado y poder concretar sus estrategias de marketing”. Es visto a lo anterior mencionado, la investigación de ese trabajo se apoya en este análisis ya que este ayuda a estudiar los factores externos que influirán en el proyecto actual y en su actividad.

Bases Legales

En lo concerniente al basamento y/o sustentación legal, Arias (ob. cit.) lo define como “el Conjunto de documentos de naturaleza legal que sirven de testimonio referencial y de soporte a la investigación que se realiza” (p. 219).

Al respecto, la República Bolivariana de Venezuela, ha suscrito un compendio de políticas de distinta jerarquía (tratados internacionales, Constitución Política del Estado, leyes, decretos leyes, decretos legislativos, resoluciones, disposiciones reglamentarias y administrativas, entre otros) que sustentan y apoyan la realización de este estudio, constituyendo así, las normas legales y la obligación del Estado Venezolano a cumplir lo establecido y dispuesto en las mismas.

El autor Kelsen, cuando expone su teoría representa la jerarquía de las leyes, como una normativa que expresa la prelación de normas; que deben respetarse, para fines de sometimiento de normas de inferior alcance o referencia, con normas más generales o de carácter más amplio. Por lo que una ley que esté por debajo no puede contradecirse con una que esté por encima. Kelsen estableció la Constitución, como la norma suprema y sobre la cual deben emerger el resto de los instrumentos normativos en cualquier sociedad, ello sobre la base de considerar el respeto

a la Constitución como norma superior dentro de la jerarquía de las Leyes a las que se hace referencia. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, es la ley fundamental del Estado Venezolano. En ella, se establecen los derechos y obligaciones esenciales de los ciudadanos y gobernantes. Se trata de la norma jurídica suprema y ninguna otra ley, precepto o disposición puede contravenir lo que ella expresa.

En tal sentido, el basamento legal que soporta al estudio está sustentada en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV Gaceta Oficial N° 36.860), como máximo instrumento y marco legal, político y filosófico, rector del desarrollo y la convivencia en la República, donde se consagran y profundizan los principios de toda persona en su derecho al libre desenvolvimiento de sus actividades comerciales, sin más limitaciones que las que derivan del derecho de las demás y del orden público y social, específicamente en su artículo.

En lo que concierne los derechos civiles, el artículo 52: Se menciona que, “Toda persona tiene el derecho de asociarse con fines lícitos, de conformidad con la ley. El Estado estará obligado a facilitar el ejercicio de este derecho” (p.11). Como se puede observar la C RBV menciona que toda persona tiene derecho a asociarse y crear cualquier tipo de actividad económica basada en fines lícitos que estén conformes con la ley, y de igual forma el estado está en la obligación de prestar la mayor colaboración para la ejecución de este derecho.

En lo que corresponde a los Derechos Humanos, Garantías, y Deberes se establece:

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

Por lo antes mencionado, toda persona que desee dedicarse a cualquier tipo de actividad económica que posea fines lícitos tiene derecho a la instalación de la misma. El estado está en la obligación de prestar la mayor colaboración para que se valide este derecho y se haga la instalación de la emprendimiento, y de esta forma impulsar al desarrollo integral del país para obtener una mejor economía.

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

Por tal motivo, todas las personas tienen derecho de disponer de bienes y servicios de calidad, así como obtener información y características de los productos que consumen, para la elección de los mismos, la ley será la encargada de establecer mecanismos para garantizar cada uno de esos derechos, con el fin de que sean cumplidos.

Como puede observarse: la CRBV (ob. cit.) asume el derecho al respeto de las actividades económicas de todo ciudadano, como base para disfrutar y ejercer los demás derechos, comprometiendo al Estado a promover, reconocer y desarrollar asociaciones comerciales, de conformidad con la ley en su carácter de impulso y generador del desarrollo integral del país.

Dentro del mismo orden de ideas, se puede citar el Artículo 201 del Código de Comercio Venezolano. (1955) que especifica que las compañías de comercio son de las especies siguientes:

La compañía anónima, en la cual las obligaciones sociales están garantizadas por un capital determinado y en la que los socios no están obligados sino por el monto de su acción.

En este sentido, el presente artículo permite distinguir el tipo de emprendimiento a la cual se refiere el emprendimiento, considerando la estructura y forma de negocio que se desea realizar, así como las características propias de la emprendimiento. Siempre enmarcadas en el plano jurídico.

Por último, establece en su artículo 99: que hace referencia a la libre estipulación del salario, “El salario se estipulará libremente garantizando la justa distribución de la riqueza. En ningún caso será inferior al salario mínimo fijado por el Ejecutivo Nacional conforme a la Ley” (p.25). Del tal manera, establece que es deber del Estado y los empleadores garantizar un salario justo, adecuado y que permita al trabajador mantener un estilo de vida adecuado a la subvención de sus necesidades básicas y las de su familia. Así como pagar el resto de indemnizaciones y beneficios salariales contraídos a través del contrato.

En base a lo antes mencionado, se debe hacer mención de la nueva Ley para el Fomento y Desarrollo de nuevos emprendimientos, el cual tiene por objeto promover el desarrollo de nuevos emprendimientos y una cultura emprendedora orientada al aumento y diversificación de la producción de bienes y servicios, el despliegue de innovaciones y su incorporación al desarrollo económico y social de la Nación. Por ello se cita el Art.9 de esta ley, la cual se refiere a que El Ejecutivo Nacional adoptará las medidas necesarias para la simplificación de los trámites administrativos, referidos a la constitución, desarrollo y financiamiento de los nuevos emprendimientos. En consecuencia, debe:

1. Suprimir aquellos trámites administrativos innecesarios para la constitución y funcionamiento de los nuevos emprendimientos.
2. Simplificar y mejorar los trámites, reduciendo los requisitos y exigencias a los emprendedores, estableciendo instrumentos homogéneos que faciliten su registro y control.
3. Utilizar al máximo las tecnologías de la comunicación y la información, en todos los trámites relacionados con la constitución y funcionamiento de nuevos emprendimientos.
4. Adoptar mecanismos de supervisión y control de la simplificación de trámites, estableciendo los plazos necesarios para su implementación.

Sistema de Variables

Un aspecto significativo a reflexionar en algunas investigaciones es la conceptualización operacional de las variables en estudio, o como algunos autores llaman la operacionalización de las variables. Según Arias (2012) “es el proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir dimensiones e indicadores” (p.62). Es decir, consiste de acuerdo a las teorías respectivas en desglosar la variable en dimensiones y luego en indicadores las cuales para la mejor comprensión e interpretación suelen detallarse en un cuadro añadiéndoles el instrumento y fuente de recolección además de los ítems que le corresponden en la encuesta para hacer la medición más fácil (Ver cuadro 1).

Cuadro 1: Operacionalización de la Variable

Objetivo General: Diseñar un plan de negocios para el emprendimiento “Tequeños Perucho” dedicada a la producción de tequeños de sabores no tradicionales						
Variable	Dimensión	Subdimensiones	Indicador	Técnicas e Instrumentos	Fuente	Ítems
Plan de negocios para la emprendimiento “Tequeños Perucho”	Características de la emprendimiento	Análisis FODA	Fortalezas	Entrevista	Dueños del emprendimiento	1
			Debilidades			2
			Oportunidades	Guion de preguntas estructuradas		3
			Amenazas.			4
	Factibilidad	Estudio operativo	- Muestra del producto.	Encuesta	Clientes	1
			- Stock variado.			2
			- Precios de oferta.			3
			- Formación de clientes VIP.			4
				Cuestionario		

			-Prestación de servicios.			5
			- Precios que puedan ser aptos para el consumo.			6
		Estudio del mercado	- Aceptación: Presentación y Rentabilidad.			7
			- Publicidad.			8

Fuente: Yáñez (2023)

MOMENTO III

ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL

Naturaleza de la Investigación

La investigación estimula el pensamiento crítico y la creatividad, es a través de ella que el proceso de aprendizaje se vitaliza, y se combate la memorización que tanto ha contribuido a formar profesionales amantes de la innovación. Cabe destacar, que la investigación es de vital importancia en los estudios de postgrado, no es posible tener egresados de alto nivel si no se investiga. Por lo tanto, mediante esta investigación se realizan los distintos tipos de estudios relevantes al tema de interés, el cual se desea enfocar el investigador, y obtener resultados del mismo. La presente investigación es de naturaleza cuantitativa, siguiendo los lineamientos de Instituto Universitario Jesús Obrero, de Barquisimeto estado Lara. Dentro del Plan de Negocios a realizar, se utilizará el método de investigación no experimental, porque no se afectará ninguna variable, y para la recolección de datos, se utilizará el diseño transversal porque se realizará una vez mediante la encuesta.

Tal como lo afirma Sampieri R. et al (2006), “el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p 15). En base a lo que anteriormente se expuso, se pretende recolectar diferentes datos obtenidos mediante encuestas donde se podrá de manera deductiva realizar un análisis aplicado a la población elegida en relación a las tendencias y preferencias por consumir tequeños con rellenos dulces y salados de la emprendimiento “Tequeños Perucho” y establecer conclusiones en bases a estos resultados.

La presente investigación tiene como finalidad el conocimiento de la ejecución del plan de negocios para el emprendimiento “Tequeños Perucho” dedicada a la producción de tequeños de sabores no tradicionales, a partir de un estudio de campo, a nivel descriptivo y diseño no experimental, puesto que la información se obtendrá de los dueños y los futuros clientes de la referida emprendimiento.

Al respecto, Arias (2012) Afirma que:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p.31).

De este modo, el investigador hace referencia a la recolección de datos, para proceder a su análisis; sin embargo, son pocos estos datos que se pueden obtener considerando las restricciones de cada estudio, como también, la carencia de recursos materiales, talento humano y operaciones monetarias. Por tal motivo, surge la necesidad de realizar un plan de negocios para la emprendimiento “Tequeños Perucho” dedicada a la producción de tequeños de sabores no tradicionales con la finalidad de obtener los pasos a seguir para la ejecución de la misma de forma exitosa y que esta vaya escalando de nivel a nivel hasta lograr la meta de ser totalmente establecida. El estudio, se apoya en una investigación descriptiva porque busca detectar las características de una determinada población.

Población y Muestra

Los habitantes de un determinado lugar se identifican como población. Según Tamayo, T. y Tamayo, M (1997) se define, como: “La totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (P.114). Lo anterior se refiere, a la totalidad de personas que poseen características que los identifican de forma común y estas son el fenómeno a estudiar. Con base a tales definiciones la población objeto de estudio corresponde a los habitantes de la carrera 9 entre calles 8 y 9 de la comunidad Barrio San José, siendo la misma infinita ya que se trata de una población que no tiene fin, cabe destacar, que es imposible determinar la cantidad de personas que viven alrededor

de la Empresa. La muestra es la que puede determinar la problemática, ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirman que: “la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (P.38). Es decir, según lo anterior mencionado la muestra es la porción de la totalidad de la población que se toma para la investigación con el fin de obtener resultados estadísticos. Por lo tanto, como la población es tan amplia se decide trabajar con una toma de muestra de 30 personas, entre hombres, mujeres y niños, de cualquier edad con preguntas referentes al gusto por el consumo de tequeños de sabores no tradicionales, planteando los diferentes tipos de productos para determinar la aceptación de los mismos para su deleite y disfrute de la Empeñamiento elaborada en dicha ubicación.

Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Para llevar el proceso de recolección de datos, es necesario seleccionar las técnicas e instrumentos adecuados para el referido proceso acorde con la información que se busca obtener. Por ello, de acuerdo con Arias (2006) las técnicas de recolección de datos: “son las distintas formas o maneras de obtener la información, (...) son medios materiales que se emplean para recoger y almacenar datos”. (p 146). Por lo antes expuesto, mediante la recolección de datos se obtiene información del tema a investigar. En relación a la presente investigación, permite analizar el gusto de cada consumidor y cuáles son sus preferencias con respecto al servicio.

El instrumento básico utilizado en las investigaciones, por medio de la encuesta es el cuestionario, el objetivo que se consigue con el cuestionario es el de recopilar datos, sin modificar el entorno, ni el fenómeno donde se adquiere la información.

Al respecto, Riskey y Col (2002) refiere que la técnica de la encuesta:

Consiste en el estudio de las poblaciones o muestras con el objeto de determinar la frecuencia, distribución o relación entre las variables, en ella también se recomienda prestar atención al tipo de respuesta en caso de ser las encuestas de respuestas dicotómicas es decir aquellas que permiten dos posibles alternativas (p.58).

Por lo antes mencionado, la encuesta es un procedimiento dentro de la investigación de estudio descriptivo en la que el investigador recopila datos, mediante el cuestionario previamente diseñado. De acuerdo con García (1993), una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. Es por ello, que la encuesta se describe como la búsqueda de información en la que el investigador le hace una serie de preguntas a los investigados sobre los datos y la información que desea obtener, posteriormente reúne estos datos de forma individual para obtener durante la evaluación datos agregados. Para ello el cuestionario de la encuesta debe contener preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. Refiere que básicamente se consideren dos tipos de preguntas que están sean cerradas o abiertas.

Las preguntas cerradas contienen respuestas limitadas por opciones simples y opciones múltiples, sin requerir la justificación de la respuesta, por lo que el encuestado solo tendrá que elegir entre las opciones que se formulan. Estas se caracterizan como (dicotómicas). Las preguntas abiertas permiten obtener detalles más profundos en las repuestas de los encuestados, se utilizan cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas.

Validez del Instrumento

Esta es una de las partes más importante de cualquier trabajo de investigación, porque nos permite verificar si el instrumento elaborado está apto para su aplicación y evaluación.

Según Arocha (citado por Pérez, 2003) Refiere:

“un instrumento se prueba a través de la validez externa mediante la crítica, semántica y técnicas de tres (3) expertos en el área de estudio utilizando para ello una guía de evaluación, esto con el propósito de verificar si el instrumento elaborado mide efectivamente las dimensiones contempladas en la operacionalización de la variable”.

En atención a lo expuesto, para la validez del instrumento se utilizaron los siguientes criterios:

a) Validez de Contenido: Mediante la Operacionalización de la variable donde se establecerán las dimensiones, indicadores e interrogantes del estudio.

b) Validez Externa o Juicio de Expertos: a quienes se les solicitará emitir su opinión en cuanto a la estructura del cuestionario, redacción de los ítems, contenido, pertinencia y coherencia de los mismos con las diferentes partes del instrumento.

Para efecto de la investigación, la validación de los instrumentos será a través del criterio de juicio de expertos, el cual se realizará por tres (3) especialistas, uno en metodología, otro en publicidad y el tercero en administración, los cuales realizarán un examen cuidadoso y crítico de los diferentes ítems de los instrumentos, para juzgar si el contenido de los mismos es representativo. Los criterios usados estarán referidos a la claridad, congruencia y sesgo de cada uno de los ítems y los resultados fueron cien por ciento (100%) positivos para su aplicación).

Diseño de la Investigación

En cuanto al diseño de la investigación que involucra varias etapas vinculadas con el abordaje metodológico, se realizó lo siguiente:

Primera etapa: En esta primera etapa, se realiza la revisión de documentos que representan y referencian la investigación a ejecutar, entre las cuales se encuentran Trabajos Especiales de Grado, libros, investigaciones y contenido relacionado con el tema central, el presente trabajo se enfoca en el emprendimiento y la creación de un Emprendimiento de tequeños de sabores no tradicionales, siendo este el tema principal de la presente investigación que guía dicho trabajo. Entre las fuentes revisadas se encuentra material impreso como la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV), código civil, código de comercio, entre otras leyes, que rigen el tema en cuestión, de igual manera, se realizan consultas a través de páginas web, así como citas de autores que respaldan la información planteada.

Segunda etapa: Para el desarrollo de esta etapa, se realiza el cuadro de operacionalización de la variable que determina la variable, dimensiones e indicadores, así como el número de ítems que corresponden a las preguntas a realizar en la recolección de datos mediante la encuesta, y el instrumento ambos de importancia para el desarrollo de la investigación. Asimismo como parte del desarrollo de la metodología se determinó el tipo de población infinita por cuanto se considera solo escoger a 30 clientes habitantes de la comunidad San José carrera 9 entre calles 8 y 9.

Tercera etapa: Realizado el diseño del cuestionario con sus respectivas preguntas, se procede a su validación a través del juicio de tres expertos, quienes emitieron sus aportes que permitió la establecer la versión final del instrumento y realizar el estudio de campo con 30 clientes habitantes de la comunidad Barrio Unión de la carrera 9 entre calles 8 y 9 de la ciudad de Barquisimeto, Estado Lara y los dueños del emprendimiento, a fin de obtener información que sea de beneficio para el crecimiento y establecimiento de manera exitosa del Emprendimiento “Tequeños Perucho”.

Cuarta etapa: Consistió en el análisis de los datos recolectados y obtenidos de las respuestas. Cabe mencionar que los resultados de cada encuesta fueron analizados de forma individual, codificados, tabulados y graficados, utilizando para ello el método estadístico de frecuencias y porcentajes para representar a la totalidad de las respuestas, así como la graficación que permite interpretar mejor cada ítem evidenciando la tendencia opinática, tanto de la muestra del estudio como la de los dueños del Emprendimiento Tequeños Perucho.

MOMENTO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito del análisis de los resultados de la investigación es resumir y comparar las observaciones llevadas a cabo en forma tal que sea posible materializar los resultados de la investigación, con el fin de proporcionar respuesta a las interrogantes de toda investigación. En esta fase, se involucran operaciones que están relacionadas y ordenadas entre ellas, esto con el fin de facilitar la interpretación de los datos obtenidos por medio de la encuesta realizada y la muestra seleccionada, se comprenden algunas pautas para la ejecución del análisis y la interpretación de datos, y de esta forma obtener el análisis estadístico que se alcanzó de los mismos.

Para Arias (2012): “En este punto se representan las diferentes operaciones a las que serán sometidos los datos que se logren: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso” (p.136). Los resultados logrados a través del instrumento, referido a las respuestas del cuestionario realizado a los distintos habitantes ubicados en los alrededores de la empresa “Tequeños Perucho”, fueron satisfactorios ya que se obtuvo el análisis de respuesta de cada pregunta, se representó en un texto donde se observa la pregunta efectuada, las opciones presentadas y la respuesta de los encuestados.

Al respecto, Méndez (1995), refiere: “El propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcione respuestas a las interrogantes de investigación” (P. 127). Asimismo, permite visualizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el proceso de la investigación, de tal forma, que la ejecución y puesta en marcha de la emprendimiento sea satisfactoria, por tal motivo, se desarrolla el primer objetivo específico basado en, determinar la factibilidad técnica, económica-financiera y de mercado para la creación de la empresa “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara. Tomando como base

el análisis del objetivo ya mencionado, se va a elaborar la evaluación técnica y de mercado que establezca su rentabilidad. A continuación, se presenta los resultados en función de la aplicación de la entrevista realizada a los dueños de la empresa “Tequeños Perucho”, así como la encuesta realizada a los clientes. Estos datos fueron organizados, tabulados y analizados de acuerdo con la técnica y naturaleza del instrumento en correspondencia con los objetivos de la investigación.

Análisis de la entrevista

Luego de una entrevista con los dueños y creadores de “Tequeños Perucho”, en respuesta a la primera pregunta ¿Cómo ha sido el desarrollo e inicio en el mercado de “Tequeños Perucho”?, exponen que su inicio y desarrollo en el mercado se representó a manera de escalas puesto que al existir una competencia prominente actual, fue la dedicación y empeño en querer salir adelante lo que otorgó la oportunidad de percibir ganancias, además de la satisfacción por parte de los diferentes clientes que adquirirían sus productos, dando esto una respuesta de aceptación en el mercado por parte de los consumidores. Asimismo, afirman que la Emprendimiento solo se ha dedicado la producción de tequeños, mini pizzas, mini hamburguesas entre otro tipo de bocadillos salados y recientemente han integrado a su carta de menú lo que serían tequeños con chocolate y mini donas, lo que ha incidido de manera positiva a la Emprendimiento.

En cuanto a la segunda pregunta ¿Cómo ha reaccionado o respondido el público con la variedad de productos ofrecidos?, la respuesta es que la inclusión al mercado de un stock variado le ha dado oportunidad de captar y aumentar diferentes tipos de clientes, evidenciado en la aceptación por parte del público al promocionar productos de calidad.

Con respecto a la tercera pregunta ¿Cuál es la mayor demanda de los productos en “Tequeños Perucho”?, de acuerdo a la opinión de los dueños, los productos con más demanda han sido los tequeños tradiciones, mini pizzas y mini donas, lo que llevo a la idea de crear un

combo fiestero de tipo salado puesto que veían una aceptación considerable por parte de los clientes y para complacer diferentes gustos de los mismos

La respuesta a la cuarta pregunta ¿Qué tipo de cliente es el más frecuente en la adquisición de estos productos? , los dueños de la Emprendimiento afirman que los clientes son variados, a pesar de que los pasapalos sean un platillo tradicional para fiestas o eventos especiales y debido a la gran aceptación por parte de la clientela y comunidad conoedora de Tequeños Perucho, han solicitados sus productos con diferentes fines, ya sea por meriendas sencillas para los niños o solo para satisfacción de aquellos que les guste este platillo

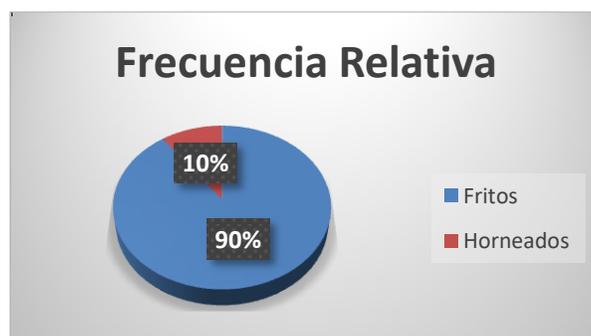
En respuesta a la quinta pregunta ¿Cómo se ha podido manejar el factor “inflación” para sostener a la Emprendimiento sin afectar la calidad en sus productos? los dueños consideran que al igual que los factores antes mencionados también existe un factor crucial en el desenvolvimiento económico de la Emprendimiento. Este hace referencia a la inflación actual que se vive en la realidad del país representa un factor que ha sido manejado de manera eficaz y eficiente desde el inicio de su actividad económica ya que han podido cumplir con los pedidos, solicitudes y compromisos adquiridos en la atención de sus clientes manteniendo la misma calidad y costos bastante accesibles al público.

1. **Ítem N° 1:** ¿De qué manera le gustaría que fueran preparados los tequeños?

Cuadro N° 2: Muestra del Producto

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
Fritos	27	90,00%
Horneados	3	10,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Yánez (2023)



La prioridad de la Emprendimiento “Tequeños Perucho” está basada en tener clientes satisfechos con nuestro servicio, el 90,00% (27 personas) encuestados expresan claramente estar de acuerdo con que se prepare el tequeño en aceite por el resultado crujiente que le da al mismo, mientras que el 10,00% (3 personas) no están de acuerdo, ya que consideran igual de satisfactorio un tequeño horneado al igual que es más saludable al no necesitar algún tipo de aceite e incluso se considera rentable puesto que este ingrediente tiene un alto costo en el mercado actualmente. Al respecto, Peppers y Rogers (como se cita en Kotler 2012.) refiere que “desarrollar clientes leales es una de las principales metas de cualquier Emprendimiento, así mismo indican que, el único valor que una Emprendimiento es capaz de generar, es aquel que se deriva de los clientes, tanto de los actuales, como de los que se tendrá en el futuro” (p. 123).

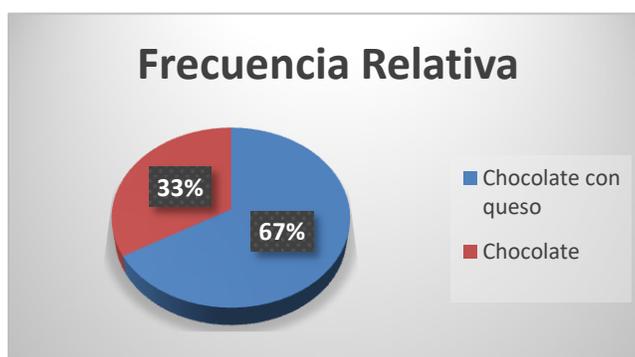
En este sentido, presentar opciones variadas en la preparación de nuestros productos ayuda a determinar los gustos exactos de los clientes y como resultado, queda la satisfacción por la adquisición de los mismos creando a su vez un impacto positivo por demostrar interés en satisfacer las necesidades de los clientes.

Ítem N° 2: ¿Le gustaría que el siguiente producto que se estrene en el mercado de “Tequeños Perucho” sea un tequeño relleno de?

Cuadro N° 3: Stock Variado

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
Chocolate con queso	20	67%
Chocolate	10	33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Yánez (2023)



El stock variado de postres permiten al consumidor gozar de diferentes sabores, de esta manera, el cliente disfruta e identifica a la emprendimiento como innovadora, por tal motivo Tequeños Perucho, se plantea el objetivo de proponer una amplia variedad de productos destinados a los clientes con gustos particulares por la combinación de ingredientes y el efecto atractivo que busca el público que adquiere el mismo.

La disposición de los clientes frente a la oferta de nuevos productos es positiva y representa un punto clave en el desarrollo de este emprendimiento tomado como objetivo para lograr las metas de la emprendimiento, el 67% (20 personas) de los usuarios respondieron que desean probar la combinación de chocolate y queso, puesto que despertó la curiosidad de los mismo. Al respecto, Ulrich et al, (2004) observó que “La variedad en productos está relacionada con la estandarización de sus componentes, debido a que un componente estándar se puede usar en varios productos siempre y cuando la arquitectura sea modular. (p 59). De tal manera, es importante resaltar que se utilizará el producto más deseado por el cliente en distintas

presentaciones para su gozo y disfrute.

Ítem N° 3: ¿Considera accesible que la promoción de una bandeja de 25 tequeños tenga un costo de?

Cuadro N° 4: Precios de Oferta

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
3,5\$	30	100,00%
5\$	0	0,00%
TOTAL	30	100%

Fuente: Yánez (2023)



Las ofertas son de gran beneficio para los clientes de cualquier emprendimiento o tienda, esto se hace como estrategia de marketing porque les permite ahorrar dinero, así como también, obtener bienes que desean de manera cómoda; por ende, uno de los principales objetivos de la emprendimiento Tequeños Perucho es que el cliente tenga la certeza de poder consumir productos de calidad y a un precio accesible. El 100,00% (30 personas) de los encuestados, está dispuesto a comprar productos en un atractivo costo, ya que bajo su propia opinión, aseguran que es un muy buen costo a comparación de otros negocios que ofrecen el mismo producto.

Al respecto, Grönroos (1990) establece que el marketing:

Consiste en establecer, mantener, realzar y negociar relaciones con el cliente (a menudo, pero no necesariamente siempre, relaciones a largo plazo), de tal modo que los objetivos de las partes involucradas se consigan. Esto se logra a través de un intercambio mutuo y del cumplimiento de promesas.

Por lo tanto, el marketing tiene relación con las ofertas porque permite incentivar y motivar al cliente a realizar la compra del producto que se ofrece, con el cumplimiento mutuo de

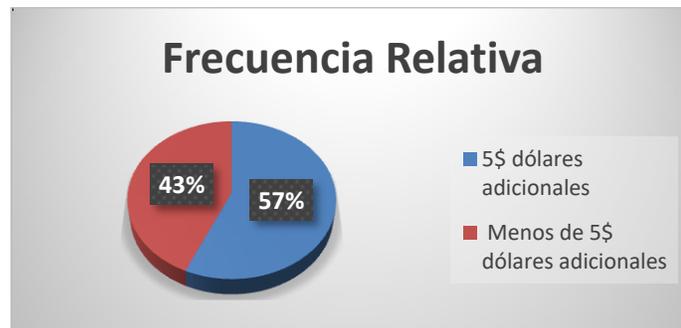
promesas donde el comprador economiza y el vendedor realiza la venta.

Ítem N° 4: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para convertirse en un cliente VIP

Cuadro N° 5: Formación de Clientes VIP

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
5\$ dólares adicionales	17	57%
-5\$ dólares adicionales	13	43%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)



El formar parte de la clientela especial y VIP de la emprendimiento Tequeños Perucho permite obtener beneficios tales como, ser prioridad al momento de ser atendidos, así como también, ser los primeros en enterarse de nuestros nuevos productos, así como descuentos en los mismo. Con el presente estudio se obtienen los siguientes resultados: el 57% (17 personas) aceptan formar parte de este increíble grupo de clientela especial, mientras que un 43% (13 persona) prefiere ser un cliente más por motivo de no contar con la inversión adicional para formar parte de este grupo selecto.

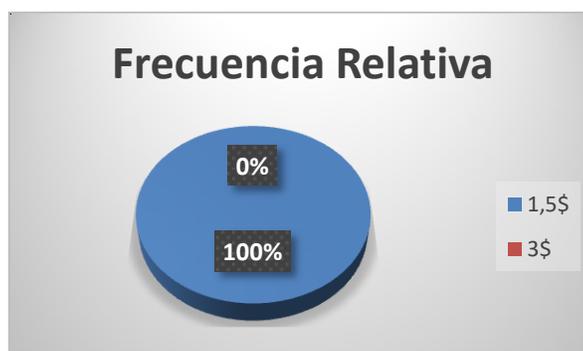
Zambrano A. (2007) expresa que: “Los indicadores de calidad miden el nivel de satisfacción de los usuarios y/o los clientes, con respecto a un producto. En este caso se aplican encuestas dirigidas a la obtención de dicha información” (p237). La medición de este caso está enfocada en la satisfacción que posean los clientes al momento del consumo de los productos de la emprendimiento, para que formen parte de clientes especiales y VIP donde gocen de la prioridad de ser atendidos, así como también, de distintos servicios y promociones que se realizaran.

Ítem N° 5: ¿Considera accesible el servicio de entregas a domicilio para toda la ciudad de Barquisimeto, cuyo costo sería de:

Cuadro N° 6: Prestación de servicios

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
1,5\$	30	100,00%
3\$	0	0
TOTAL	30	100%

Fuente: Yánez (2023)



La respectiva encuesta realizada, fue a personas ubicadas en diferentes localidades adyacentes de la emprendimiento Tequeños Perucho, al responder la encuesta el 100,00% de los participantes aceptaron que el costo del envío de los productos sea de 1,5\$ adicional al costo de los pedidos y que dicho servicio estará disponible para toda la ciudad de Barquisimeto. Al respecto, Kotler (1995) nos dice: “un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no tiene por qué ligarse necesariamente a un producto físico” (p. 25).

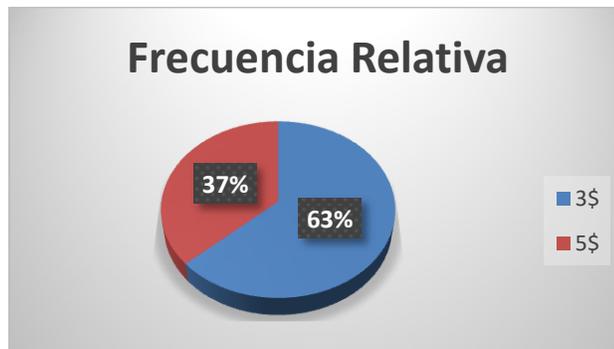
Por lo antes mencionado, el servicio es de suma importancia en cada uno de sus aspectos porque beneficia al cliente de una mejor atención y de esta manera, posee un concepto positivo tanto de la emprendimiento como de su dueño.

Ítem N° 6: ¿Aceptaría el precio de la bandeja de 25 tequeños en un costo de:

Cuadro N° 7: Precios

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
3\$	19	63%
5\$	11	37%
TOTAL	30	100%

Fuente: Yánez (2023)



Los usuarios de los servicios expresaron su disposición ante esta pregunta, en este caso el 66% (19 personas) manifestó estar de acuerdo con el precio estipulado, mientras que un 37% (11 personas) menciona que para la cantidad de tequeños, el producto debería tener un costo más elevado puesto que para la manutención de calidad se necesita una inversión considerable y se debe tener en cuenta las ganancias que debe generar el mismo, por ello aceptan el costo de 5\$ por la bandeja. Según Kotler y Armstron, (2008), el precio: “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (p 257).

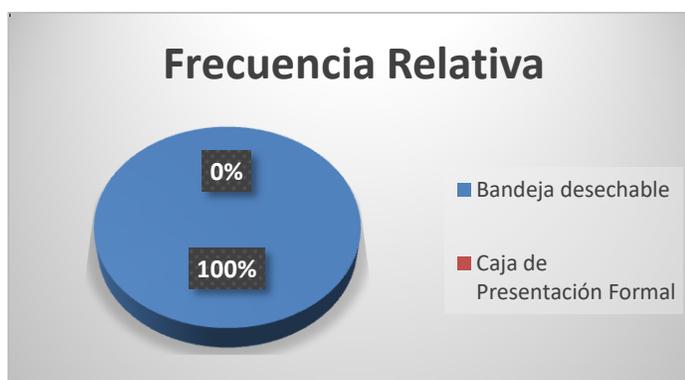
De esta manera, se ofrece un precio accesible al consumidor con el fin de darle a conocer el buen servicio y producto que ofrece la emprendimiento y que este sea motivo de pertenecer a clientes leales de Tequeños Perucho.

Ítem N° 7: ¿Aceptaría que la presentación de este producto sea en

Cuadro N° 8: Aceptación del producto

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
Bandeja desechable	30	100%
Caja de Presentación Formal	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Yánez (2023)



La disposición de los clientes frente a la aceptación de una presentación simple del producto fue positiva y representa un punto clave en el desarrollo de este emprendimiento tomado como objetivo para lograr las metas de la emprendimiento, el 100% (30 personas) de los usuarios encuestados concluyeron que es de mucha importancia la preservación y presentación al momento de entregar y/o almacenar los pedidos realizados. Por lo antes mencionado, Assael, H(1999), hace referencia que la percepción se involucra en las ideas en las cuales el consumidor tiene sobre alguna marca al definirla como: “Proceso mediante el cual la gente selecciona, organiza e interpreta los estímulos dentro de un contexto coherente y sensato. La manera en que los consumidores perciben un objeto” (p.623).

Por lo tanto, el hecho de estar dispuestos al consumo del producto, independientemente de su presentación, se percibe que el mismo es de calidad, buen sabor con la finalidad de su disfrute; una vez que los consumidores prueben el producto estarán satisfechos con el mismo y de esta manera, seremos siempre su primera elección cuando de pasapalos dulces o salados se

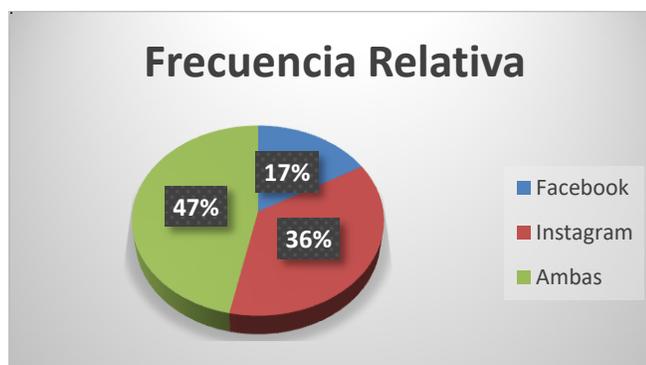
trate.

Ítem N° 8: ¿En cual red social prefiere recibir información de lo nuevo en “Tequeños Perucho” Facebook o Instagram?

Cuadro N° 9: Publicidad

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
Facebook	5	17%
Instagram	11	37%
Ambas	14	47%
TOTAL	30	100%

Fuente: Yánez (2022)



La comunicación representa hoy la clave en las relaciones humanas, los avances tecnológicos ofrecen herramientas adecuadas a las necesidades de cada emprendimiento, en ese orden de ideas, la emprendimiento Tequeños Perucho, ofrece el servicio de redes sociales a sus clientes. El 17% (5 personas) de encuestados acepto seguir a la emprendimiento por medio de la red social de Facebook, 37% (11 personas) aceptó obtener información de la emprendimiento por medio de la red social Instagram, mientras que el 47% de los encuestados prefirió recibir información de ambas partes con el fin de enterarse del contenido nuevo que pueda promocionar Tequeños Perucho. De tal manera, Martínez y Nosnik (1988), definen la comunicación como: “un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta” (p 28).

Por lo antes mencionado, la comunicación es de suma importancia tanto para el vendedor como para el consumidor, ya que es el medio por el cual se expresa, los deseos del cliente de esta forma, los medios de comunicación serán utilizados con el fin de suministrar información de las nuevas innovaciones, ofertas y productos presentados.

En base a todos los análisis anteriormente mencionados se dan las respuestas a las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las características de la Emprendimiento “Tequeños Perucho” en base a sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en Barquisimeto estado Lara?

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador. • Determinación y visión de la creación de esta nueva Emprendimiento. • Disposición a la atención del cliente por parte de los dueños • Compromiso, dedicación, y constancia por parte de los socios en este emprendimiento • Buena comunicación y relación con las personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad en la presentación de nuevos sabores innovadores • Abrir un nuevo camino a un comercio mayor • Nuevos medios de Venta • Ampliación de la cartera de Productos innovados para satisfacer nuevas necesidades de los clientes. • Oportunidad de crecimiento del Emprendimiento.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Poca aceptación por parte de los clientes al nuevo sabor de los tequeños • Presencia de competencia en el mercado actual • Indecisión en la toma de decisiones referente al manejo y desarrollo del 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias de comercios locales cercanos al ya establecido • Situación de inestabilidad económica en el país • Aumento de costos de materia prima • Fallas de organización en el

<p>emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de capital y recursos para el manejo y producción a un nivel óptimo y en grandes proporciones 	<p>emprendimiento</p>
---	-----------------------

¿Cuál es la factibilidad operativa y de mercado del Emprendimiento “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara?

Se demostró un alto porcentaje en la aceptación del producto abarcando los diferentes indicadores mencionados en el cuadro de variable, dando esto como prueba de su éxito en el mercado haciendo posible su aplicación a la producción

¿Cuáles son las pautas para elaborar el plan de negocios para el Emprendimiento “Tequeños Perucho” en Barquisimeto, estado Lara?

Ya tomado en consideración la factibilidad operativa y de mercado, se debe proceder a la ejecución de un plan para el óptimo desarrollo de la Emprendimiento. El mismo se constituye de la siguiente manera: la segmentación y clasificación de los clientes siendo los posibles consumidores de los productos de la Emprendimiento, actividades u acciones de mercado y publicidad a las que se deben recurrir para el manejo masivo de clientes y no presentar picos de caída en factor ventas, adquisición de materiales y aplicación de insumos básicos necesarios para mejorar u optimizar la producción de estos platillos, la captación del cliente por medio de productos innovadores que puedan satisfacer la necesidad colectiva siendo el caso de “Tequeños Perucho” en la producción de tequeños de sabores no tradicionales, establecer y prolongar las relaciones con clientes o consumidores de los productos puesto que ellos son una fuente de información y verificación de la calidad del mismo, así como también, la venta de un producto fresco y en buen estado dando una presentación acta para el agrado de los clientes; elaboración de una estructura de costos según se realice el pedido

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRENDIMIENTO “TEQUEÑOS
PERUCHO”
DEDICADA A LA CREACIÓN DE TEQUEÑOS DE SABORES
NO TRADICIONALES**



MODELO CANVAS DE LA EMPRENDIMIENTO “TEQUEÑOS PERUCHO”

Segmentos de Clientes	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con Clientes	Segmento de mercado
<p>El segmento no está limitado por edad y género, está dirigido a hombres, mujeres y niños de cualquier edad ubicados en el territorio de Barquisimeto, específicamente en la zona de Barrio San Unión, en la carrera 9 entre calles 8 y 9</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de redes sociales. • Promociones. • Publicidad. • Ventas. 	<p>La propuesta de valor es brindar un producto innovador, atractivo y que cubra las necesidades de sus consumidores. Presentando el mismo con una serie de sabores no tradicionales, en la combinación de salado y dulce: la unión entre el chocolate y el queso.</p> <p>Presentando esta propuesta con un fácil valor adquisitivo para todos los clientes que deseen comprar este producto innovador.</p>	<p>La relación con los clientes será personal porque serán ubicados en la matriz productora de estos productos, contará con una atención personalizada con el fin de que el pedido sea a la preferencia del consumidor. Las reuniones pactadas, se acordaran por medio de las redes sociales (Facebook, Instagram y whatsapp) para obtener una información más detallada de los productos que se</p>	<p>Nuestro segmento de mercado, se enfoca en el tipo de cliente que desea un producto fresco, de calidad y de un buen sabor para ser consumido en fiestas, reuniones o incluso como una merienda para los más pequeños de la casa, puesto que su versatilidad para su</p>
	<p>Recursos Claves</p> <p>Algunos materiales físicos que se necesitan: cocina, refrigerador, utensilios de cocina, bandejas para la cocción, bandejas para el reposo de la masa y bandejas desechables para empaquetar el producto final.</p> <p>Materia prima: harina, aceite, sal, vinagre,</p>			

	masa para tequeños, agua, queso, chocolate,		<p>desean encargar</p> <p>Canales</p> <p>El canal será directo porque se tendrá contacto con el cliente. Contamos con clientes que serán integrados a nuestras redes sociales para suministrarle información sobre promociones y descuentos a través de facebook, instgram y whatsapp.</p>	<p>preparación y consumo no tiene comparación cuando se trata de rapidez, sencillez y una gran aceptación colectiva.</p>
--	---	--	---	--

<p>Estructura De Costos según el pedido</p> <p><u>Estructura De Costos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima: 10\$ • Otros gastos: 5\$ <p>Total costo de la bandeja de tequeños= 2,5\$ Total de precio de venta de la bandeja de tequeños= 3,5\$ Total de precio de porción por venta= 0,17\$</p>	<p>Fuente De Ingresos</p> <p>Aportes iniciales de los socios y las ventas obtenidas al iniciar operaciones</p> <p>.</p>
---	--

Costos Variables (expresado en dólares)
Cuadro N° 10

COSTOS VARIABLES				
PARA 1 BANDEJA DE 20 PORCIONES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
MASA PARA TEQUEÑOS	20	1kg	0,27\$	5,4\$
CHOCOLATE	3	150gr	1,80\$	5,4\$
QUESO BLANCO	2	80gr	0,40\$	0,8\$
TOTALES	25	1230gr	2,47\$	11,6\$

Para la creación de un tequeño de queso con chocolate se necesita 1kg de harina de masa para tequeño= 0,27\$, 150gr de chocolate =1,80\$, 80gr de queso blanco =0,40\$. Total de costo de 1 tequeños= 2,47\$

Por lo antes mencionado se realizan en promedio 4 bandejas de tequeños de chocolate con queso semanales, para su venta en un conjunto de 20 unidades por bandeja, dando un total de 80 porciones, a un costo de 2,47\$ y precio de venta de 3,50\$, obteniendo una ganancia de 1,03\$ por cada ración para un total de 10,4\$ de ganancia por las bandejas realizadas.

Cuadro N° 11

COSTOS INDIRECTOS				
80 PORCIONES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
ENVASES	100	BS	0,30	3\$
GAS	1 BOMBONA	18KG	1,5\$	1,5\$
AGUA				0,5\$
TOTALES				5\$

MOMENTO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El desarrollo de este trabajo de investigación desde el diagnóstico, el planteamiento del problema, la elaboración de objetivos hasta la realización de un plan de negocios para LA Emprendimiento Tequeños Perucho dedicada a la producción de tequeños de sabores no tradicionales, ha dejado un sinnúmero de aprendizajes que nutren la experiencia del investigador, pues la misma ha permitido poner en práctica una serie de actividades que buscan la mejoría de la

emprendimiento, en este sentido, la creación y desarrollo real de este plan de negocios, ha dado como resultado importante un rumbo a seguir para garantizar en el tiempo la perdurabilidad de la emprendimiento.

De igual forma es importante mencionar, que no es un proceso que se deba tomar a la ligera pues implica una serie de fases y etapas necesarias, todas con el fin de asegurar el éxito organizacional, así como el afianzamiento del producto en el mercado competitivo. En tal sentido, finalizada las fases del desarrollo de este proyecto y analizados los resultados obtenidos, con base en el marco teórico que sustenta esta investigación, se aportan las siguientes conclusiones:

Con la aplicación de los instrumentos tipo cuestionario de once (8) preguntas dicotómicas a la muestra de 30 personas y conjuntamente la entrevista realizada a los creadores de la emprendimiento residenciados en la carrera 9 entre calles 8 y 9 Barrio Unión de Barquisimeto, estado Lara, se pudo evidenciar que la población local está muy receptiva con la propuesta e innovación de un emprendimiento de este tipo, así como del resto de instrumentos virtuales que permiten a los consumidores no sólo conocer el producto sino tener un acceso más directo. Con referencia a la viabilidad del plan de negocios, se pudo notar que a través de los estudios realizados la aplicación del emprendimiento no solo es factible y viable desde un plano técnico, productivo y de mercado, sino que también fue muy bien recibido por el público en general, por ser un producto innovador y de precio muy accesible.

Por medio del presente estudio se logró identificar las fortalezas que se posee para crear este nuevo emprendimiento, el mismo permitió observar que ya está marcha y puede instalarse en definitivo con el servicio a los habitantes de la comunidad. En este sentido, cada una de las fases desarrolladas en la investigación permitió no sólo comprender de manera global y compleja el problema objeto de estudio, sino también encontrar una solución factible a esta necesidad existente, de tal forma se selecciona un producto que fuese original y factible para el desarrollo del mercado competitivo actual. También se especificó la realidad, identificando donde se ubicará el local comercial, los límites de la comunidad, tiempo de ejecución y tipo de proyecto, además de contar con la ayuda tecnológica para una mejor distribución y promoción del producto.

Elaborar el plan de negocio en cualquier emprendimiento que se decide crear, es de suma

importancia, porque este permite identificar la relación que se tendrá con el cliente, las necesidades que posee la emprendimiento, cual es nuestro segmento de clientes, así como las distintas estrategias para que marche con éxito, de esta manera se investiga y analiza las distintas ventajas que posee la misma.

Recomendaciones

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

-Generar recursos suficientes para la compra de materia prima e insumos necesarios para la elaboración de pasapalos, dulces y salados que sean de innovación y agardo para los consumidores. Así como también, evaluar constantemente la percepción y opinión del usuario con respecto al servicio; ya que toda emprendimiento busca el éxito de brindar al cliente un ambiente en donde se sienta a gusto; es un punto clave para el éxito de la emprendimiento y ello se logra con el estudio y conocimiento constante de las necesidades de los usuarios.

-Desarrollar una política de alianzas estratégicas con proveedores y mayoristas de la zona Norte y cercanas teniendo variedad de opciones al momento de establecer ofertas atractivas a los clientes y capitalizar su fidelidad. De igual forma mantener el precio de los productos por un

tiempo considerable para el bienestar tanto de la emprendimiento como del cliente; presentar publicidad de las ofertas y nuevas innovaciones para el crecimiento de la emprendimiento ya que la tecnología y las redes sociales son un excelente medio para la atracción de usuarios o seguidores.

- Crear ofertas correspondientes a los pasapalos, con el fin de atraer clientes especiales que se puedan convertir en VIP por su lealtad en el consumo de Tequeños Perucho. Así como también, establecer un plan de metas para verificar el alcance y crecimiento que se obtiene tanto económico como el aumento de clientes, para el estudio de la demanda que posee la emprendimiento en periodos de 60 días.

REFERENCIAS

- Arias, Fidas. (2006) *El Proyecto de Investigación*, Caracas, Venezuela Editorial Episteme. [Documento en línea]. Disponible: <https://1library.co/document/q20vjv2z-fidas-g-arias-el-proyecto-de-investigacion-5ta-edicion.html> (Consulta: Enero 2023)
- _____ (2012). *El proyecto de investigación*, Caracas, Venezuela Editorial Episteme. [Documento en línea]. Disponible: [https://www.academia.edu/23573985/El proyecto de investigaci%C3%B3n_6ta_Edici%C3%B3n_Fidas_G_Arias_FREELIBROS_ORG](https://www.academia.edu/23573985/El_proyecto_de_investigaci%C3%B3n_6ta_Edici%C3%B3n_Fidas_G_Arias_FREELIBROS_ORG) (Consulta: Enero 2023)
- Assael, H. (1999). *Comportamiento del consumidor*, Thomson Editors, México. Editorial Internacional. [Documento en línea]. Disponible: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3952.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Bavaresco, A. (2006) *Proceso metodológico en la investigación (Cómo hacer un Diseño de Investigación)*. Maracaibo, Venezuela: Editorial de la Universidad del Zulia. [Documento en línea]. Disponible: <https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Blank, S. (2018). *Segmentos de clientes*. Manual emprendedor. [Documento en línea]. Disponible: <http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/7108/1/mgutierrez.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Caldera, P. (1997). *Los Gremios patronales*. Caracas Venezuela: Editorial Jurídica Venezolana. [Documento en línea]. Disponible: <http://allanbrewercarias.com/wp-content/uploads/2007/08/PRINCIPIOS-FUNDAMENTALES-DEL-DERECHO-P%C3%9ABLICO-2005..pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Catacora, F. (2009). *Contabilidad la Base para las Decisiones Gerenciales*. Venezuela: Redcontable publicaciones. [Documento en línea]. Disponible: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/5073/dalonso.pdf?sequence=1> (Consulta: Enero 2023)
- Chávez M; Carrasco M (2021). *Desarrollo de un Plan de Negocios para la producción de mermeladas de sabores no tradicionales por la Emprendimiento “La Caroreña”* Tesis de Grado. Instituto Universitario Jesús Obrero. Extensión Barquisimeto, Venezuela.
- Código Civil Gaceta N° 2.990 Extraordinaria del 26 de Julio de 1982. [Documento en línea]. Disponible: https://www.vav.com.ve/assets/Documents/leyes/codigo_civil.pdf (Consulta: Enero 2023)
- Código de Comercio Venezolano Gaceta Oficial Extraordinaria N.º 475 del 21 de diciembre del

1955. [Documento en línea]. Disponible:<http://www.finanzas.usb.ve/sites/default/files/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el Emprendimiento innovador. Práctica y los principios*. Ed. Sudamericana.[Documento en línea]. Disponible:http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332021000100006&script=sci_arttext (Consulta: Enero 2023)
- Drucker, P. (1998). *La Administración, La Organización Basada en la Información, La Economía y la Sociedad*. Bogotá: Editorial Norma. [Documento en línea]. Disponible:<https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Fazio, B. (2019). *Startups: la nueva manera de hacer negocios*. Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas. Mendoza, Argentina.[Documento en línea]. Disponible:https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15764/startupslanuevamaneradehacernegocios.pdf (Consulta: Enero 2023)
- Freire, A. (2005). *Pasión por emprender*. Bogotá, Colombia. Editorial Norma.[Documento en línea]. Disponible:<https://claseadministracion.files.wordpress.com/2012/04/pasionporemprender.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Grönroos, C. (1989). “Defining Marketing: A Market-Oriented Approach”. *European Journal of Marketing*. E.[Documento en línea]. Disponible:<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942516002.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Gutierrez, A. (2018). *Plan de negocio para un nuevo emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano*. Universidad de Carabobo Facultad de Ingeniería Dirección de Postgrado Maestría en Ingeniería Industrial. Valencia, Carabobo.[Documento en línea]. Disponible:<http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/7108/1/mgutierrez.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* México.[Documento en línea]. Disponible:<https://www.uv.mx/personal/chustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n-Sampieri.pdf> (Consulta: Enero 2023)
- Kotler, P. (2013). *Marketing Social*, Madrid, España: Ed. Díaz de Santos.[Documento en línea]. Disponible:https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fun

[damentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](#) (Consulta: Enero 2023)

Kotler y Armstrong, (2013). *Fundamentos de Marketing*, Editorial Mexicana, México. [Documento en línea]. Disponible: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf (Consulta: Enero 2023)

López, A. (2013). Metodología de la Investigación. Madrid, España. [Documento en línea]. Disponible: https://iibi.unam.mx/f/La_Ciencia_de_la_Informacion_documental.pdf (Consulta: Enero 2023)

Martínez, A. y Nosnik, A. (1998). *Comunicación Organizacional Práctica. Manual Gerencial*. México. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433571003.pdf> (Consulta: Enero 2023)

Méndez, C. (1995). *Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Santafé de Bogotá, Colombia. [Documento en línea]. Disponible: <https://pdfcookie.com/documents/tesis-contaduria-publica-udo-dvm1eyd4j8vy> (Consulta: Enero 2023)

Monteros, E. (2005). *Impacto económico de las microEmprendimientos en la parroquia, la Unión Cantón Babahoyo*. Universidad Regional Autónoma De Los Andes. “UNIANDES” Bogotá, Colombia. [Documento en línea]. Disponible: <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1928/1/TUBECO001-2015.pdf> (Consulta: Enero 2023)

Quiroa, M. (2019). *Análisis del entorno (marketing)*. Guatemala: Economipedia. [Documento en línea]. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-del-entorno-marketing.html> (Consulta: Enero 2023)

Sabino, C. (1992). *El proceso de la investigación*, Ed. Panamericana, y Ed. Lumen, Buenos Aires, Bogotá. [Documento en línea]. Disponible: <https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion-carlos-sabino.pdf> (Consulta: Enero 2023)

Sampieri, Roberto (2006). *Metodología de la Investigación*. México. [Documento en línea]. Disponible: https://www.academia.edu/19094794/LIBRO_metodologia_de_la_investigacion_4ta_edicion_sampieri_2006_ocr (Consulta: Enero 2023)

Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Ed. Folio. Pág. 118-124. [Documento en línea]. Disponible: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf> (Consulta: Enero 2023)

Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica*. México: Edit. México.[Documento en línea]. Disponible: https://www.academia.edu/7012157/MARIO_TAMAYO_Y_TAMAYO (Consulta: Enero 2023)

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

ENTREVISTA

Instrucciones:

El siguiente Guión de Entrevista se ha aplicado a los Dueños de la emprendimiento “Tequeños Perucho” donde se presentan una serie de preguntas, de las cuales deben expresar su opinión en base a la realidad y la experiencia adquirida desde el inicio en esta emprendimiento.

1. -¿Cómo ha sido el desarrollo y inicio en el mercado de “Tequeños Perucho”?
2. ¿Cómo ha reaccionado o respondido el público con la variedad de productos ofrecidos?
3. ¿Cuál es la mayor demanda de los productos en “Tequeños Perucho”. Qué tipo de cliente es el más frecuente en la adquisición de estos productos?
4. ¿Cómo se ha podido manejar el factor “inflación” para sostener a la emprendimiento sin afectar la calidad en sus productos?

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

CUESTIONARIO

Instrucciones:

El siguiente cuestionario se ha aplicado a los clientes y/o población que ya ha consumido el producto de la emprendimiento “Tequeños Perucho” donde se presentan una serie de preguntas, de las cuales deben expresar su opinión en base a la realidad y la experiencia adquirida desde el inicio en esta emprendimiento.

ESTUDIO OPERATIVO:

1. ¿De qué manera le gustaría que fueran preparados los tequeños?
 - Fritos
 - Orneados
2. ¿Le gustaría que el siguiente producto que se estrene en el mercado de “Tequeños Perucho” sea un tequeño relleno de?
 - Chocolate
 - Chocolate con queso
3. ¿Considera accesible que la promoción de una bandeja de 25 tequeños tenga un costo de:
 - (3\$)
 - (+4\$)
4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para convertirse en un cliente VIP?
 - 5\$ adicionales al pedido realizado
 - +5\$ adicionales al pedido realizado

ESTUDIO DE MERCADO

1. ¿Considera accesible el servicio de entregas a domicilio para toda la ciudad de Barquisimeto, cuyo costo sería de:
 - 1,5\$
 - 3\$

2. ¿Aceptaría el precio de la bandeja de 25 tequeños en un costo de:
 - 3\$
 - 5\$

3. ¿Aceptaría que la presentación de este producto sea en:
 - Bandeja desechable
 - Una caja pequeña para su almacenamiento

4. En cual red social prefiere recibir información de lo nuevo en “Tequeños Perucho”
 - Facebook
 - Instagram
 - Ambas