



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA
DE LA MICROEMPRESA POSTRES DULZURA Y AMOR**

**Autor: Kallymar Vásquez
Asesora: Marysabel Escobar**

Barquisimeto, junio de 2022



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA
DE LA MICROEMPRESA POSTRES DULZURA Y AMOR**

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

Autor: Kallymar Vásquez

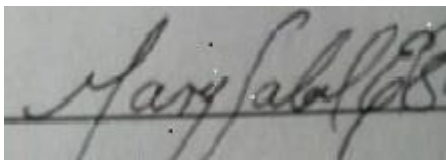
Barquisimeto, junio de 2022

APROBACIÓN DEL ASESOR ACADÉMICO

En mi carácter de Asesor Académico del Trabajo de Investigación presentado por el (la) (los) Ciudadano(a) (s) Kallymar Zalometh Vásquez Alvarado C.I. N° 27.411.226 y para optar al Grado de TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO en Contaduría Pública, considero que el trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado académico/metodológico para su aprobación y poder ser sometido a la evaluación final y su posterior presentación oral.

En la ciudad de Barquisimeto, a los 03 días del mes de junio de 2022.

Nombre: _Marysabel Escobar Ochoa



Firma:

C.I.:_7.444.138

VEREDICTO

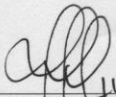
Quienes suscribimos, Prof. Marysabel Escobar C.I.: V-7.444.138 (Asesor Académico); y Profe(a). Ydhelgard Arangu C.I.: V-11.883.646(Jurado), Prof. (a) Betty Toro C.I.: V-10.312.031 (Jurado), designados por la Coordinación Académica, con la aprobación de la Dirección del Instituto Universitario Jesús Obrero, Extensión Barquisimeto, para examinar el Trabajo Especial de Grado de la Carrera: Contaduría de (la) Br.: KALLYMAR ZALOMETH VÁSQUEZ ALVARADO C.I: V-27.411.226

Titulado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE LA MICROEMPRESA POSTRES DULZURA Y AMOR

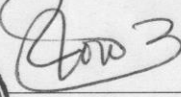
Hacemos constar que hoy, 20 de junio del 2022.

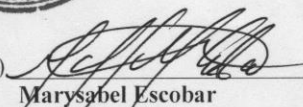
Nos reunimos en la sede del instituto para evaluar y calificar dicho trabajo y decidimos otorgarle: Calificación en %: (100) equivalente a Veinte (20) puntos

Expresión Cualitativa: Excelente


Prof. Ydhelgard Arangu
Jurado
C.I.: V-11.883.646




Prof. (a) Betty Toro
Jurado
C.I.: V- 10.312.031

Prof. (a) 
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 la señora María, por haberme ayudado en los momentos más difíciles de mi carrera, a lograr avanzar en cada obstáculo que se me presentó por esto y más mil gracias, por estar siempre para mí de todo corazón.

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 Ángel de la guarda, por protegerme de todo mal, y estar siempre cuidando de mí.

A Mi padre Luis Vásquez, 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 sus hijos como prioridad ante cualquier adversidad.

A mi Madre Carolina Alvarado, 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 mis hermanos Kevin, y Kelvin Vásquez, por ser mi ejemplo a seguir y mostrarme que siempre se puede llegar lejos si me lo propongo con mucho esfuerzo y dedicación.

A mis hermanas Luisangela, Raquel y mi Sobrina Kamila, por impulsarme a ser ejemplo a seguir para ellas.

A mi asesora Marysabel Escobar por su paciencia, tiempo y orientación para poder concluir este trabajo de grado.

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

VEREDICTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
LISTA DE CUADROS.....	viii
LISTA DE GRÁFICOS.....	ix
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
MOMENTO I SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	2
Descripción detallada de la situación objeto de estudio.....	2
Objetivos.....	5
General.....	5
Específicos.....	6
Justificación e importancia.....	6
Alcance.....	7
MOMENTO II. SOPORTE CONCEPTUAL.....	9
Antecedentes.....	9
Bases teóricas.....	14
Bases legales.....	20
MOMENTO III. ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL.....	26
Naturaleza de la Investigación.....	26
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
Población.....	30
Muestra.....	31
Estrategias procedimentales de desarrollo de la investigación.....	31
MOMENTO IV. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
Resultados de la investigación.....	33
MOMENTO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS.....	52
ANEXOS.....	56

LISTA DE CUADROS

CUADRO	p. p
1 Matriz de Operacionalización de la Variable.....	25
2 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	34
3 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	35
4 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	37
5 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	38
6 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	40
7 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	41
8 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	42
9 Distribución absoluta y porcentual de resultados.....	43
10 Plan de negocios.....	46
11 Costo de Variable mensuales.....	47
12 Costos indirectos mensuales.....	48

LISTA DE GRAFICOS

GRÁFICO

1 Gráfico N°1: Muestra del producto.....	34
2 Gráfico N°2: Stock Variado.....	36
3 Gráfico N°3: Precios de oferta.....	37
4 Gráfico N°4: Formación de clientes VIP.....	39
5 Gráfico N°5: Prestación de Servicios.....	40
6 Gráfico N°6: Precios.....	41
7 Gráfico N°7: Aceptación del producto.....	43
8 Gráfico N°8: Publicidad.....	44

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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA
DE LA MICROEMPRESA POSTRES DULZURA Y AMOR**

Autor: Kallymar Vásquez
Asesor: Marysabel Escobar
Fecha: Mayo 2022

RESUMEN

El presente estudio tuvo como finalidad, elaborar un plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara. El proyecto correspondiente se enmarcó dentro de una investigación cualitativa, orientada hacia un diseño de investigación de campo, de tipo descriptivo con diseño no experimental. La población elegida para ser estudiada en la investigación es infinita, puesto que es imposible cuantificar las personas residenciadas en los alrededores de la calle 6 entre carreras 5 y 6 del barrio San Francisco 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 consto de (8) preguntas dicotómicas presentado en gráficos tipo circulares. Esta investigación trata del estudio externo e interno para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor. De acuerdo a la información recolectada se concluye que se debe elaborar el plan de negocio en cualquier empresa que se decide crear; ya que es de suma importancia, porque permite identificar la relación que se obtiene con el cliente, las necesidades que posee la empresa, cual es el segmento de clientes, así como las distintas estrategias para que marche con éxito y de esta manera, se analizan las ventajas que posee la misma. El plan realizado en la presente investigación permitió identificar que es completamente viable para su ejecución y puesta en marcha. 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 nuevas recetas de postres y dulces de innovación que desean los consumidores, evaluar la percepción y opinión con respecto al servicio.

Indicadores: Plan de negocios, postres, emprendimiento, innovación.

INTRODUCCIÓN

Dar inicio a un negocio, es decir emprender, es diferente a administrar una empresa 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, debe ser tomada con precaución; para realizarla 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 creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara. Esta idea nació por la necesidad de descubrir la oportunidad de obtener un negocio independiente, pues hoy la independencia financiera, es de suma importancia, ya que permite el crecimiento laboral y personal, donde los ingresos están basados en emprender hasta obtener ganancias que se logran con la toma de decisión de crear la empresa 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 empresas o microempresas que brinden oportunidades a corto o largo plazo con el fin de adquirir un mejor estilo de vida.

En este orden de ideas, surge la necesidad de elaborar un plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor 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 microempresa 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.

Por lo antes expuesto, la toma de decisiones de personas que desean tener una independencia financiera, pueden lograr su propósito mediante un negocio a pequeña escala que brinde un bien o servicio, el mismo realizado con la ejecución de un emprendimiento. Por tal

motivo, parte de la culminación de la carrera de técnico superior universitario en contaduría pública, permite poner en marcha este nuevo emprendimiento que ha surgido por el gusto hacia la repostería creando esta nueva microempresa, con el fin de obtener ingresos de forma individual y lograr cada una de las metas trazadas. Cabe destacar, que el emprendimiento es la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades.

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 lo antes mencionado, emprender es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas y microempresas, nuevos productos o innovación de los mismos ya sean nuevos o viejos que se producirán de una nueva manera, en la que se debe proveer una nueva fuente de insumos para realizar la innovación del producto de una forma exitosa.

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 empresa o microempresa que no tiene iniciativa en ninguna de sus áreas o que no está totalmente establecida, la misma puede presentar riesgos en el transcurso 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, 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; estos elementos serán los que impulsen de manera positiva a conducir a la necesidad de formación del emprendimiento.

Por lo tanto, para obtener el éxito se debe establecer constancia, esfuerzo y dedicación de cada uno de los actos que se ejecutaran para la elaboración de una nueva empresa. Cabe destacar que, entre sus resultados, puede haber la posibilidad de enfrentar muchos obstáculos que se presenten en el transcurso del tiempo. Es de suma importancia mencionar que, si se opta por la firmeza, la confianza, y la fe, de llegar al objetivo trazado, este se logrará.

En efecto, se planea la realización de un emprendimiento que sea satisfactorio para el crecimiento personal y laboral que se requiere, su objetivo está basado en generar ingresos para cubrir las necesidades básicas que son de suma importancia para el consumo humano, así como también lograr los objetivos a lo largo del crecimiento de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara. Es importante resaltar, que la ejecución de la microempresa se realizará con el fin de prestar la mejor atención personalizada, y a su vez, deleitar a cada uno de los consumidores con postres innovadores. En decir, la microempresa se enfoca en la realización de postres con amor y dulzura para que la clientela esté satisfecha con su consumo y se conviertan en clientes cautivos y fieles, por ende, se considera realizar un plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor. Este plan de negocio tiene por finalidad evaluar las distintas características de este proyecto de emprendimiento para su posterior presentación y ejecución.

Por lo tanto, la formalización de la dulcería como pequeña empresa se hace necesario realizar un registro fiscal de la microempresa, para su constitución lo primero que se debe tener en cuenta es la denominación de la empresa o compañía, que pueda ser una firma personal o compañía anónima, para su ejecución se necesita una serie de requisitos que son: registro de la empresa, realizar los pasos de la simplificación de trámites para registrar empresas y emprendimientos en el Saren, seguir los pasos de la ley de emprendimiento y registro de emprendedores, de tal forma, que con el cumplimiento del registro ya mencionado de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara, se pueda dar más formalidad a su ejecución, a su vez también organizar el área del local donde será establecida la microempresa, y proceder a la elección de la figura responsable de cada área como lo sería el presidente y representante, el administrador, el vendedor y la persona encargada de hacer los postres, por los antes ya mencionado surgen la siguientes interrogantes:

¿Cuál es la factibilidad técnica, económica-financiera y de mercado para elaborar el plan de negocios, para la creación de la microempresa Postres Dulzura Y Amor en Barquisimeto estado Lara?

¿Cuáles son las estrategias para establecer los pasos a seguir para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara?

¿Cuáles son las pautas para elaborar el plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara.

Objetivos Específicos

Determinar la factibilidad técnica, económica-financiera y de mercado para la creación de

la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara.

Establecer los pasos a seguir para la creación de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara.

Elaborar el plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara.

Justificación de la Investigación

El presente trabajo de grado pretende diseñar un plan de negocios con la finalidad de crear la microempresa Postres Dulzura y Amor para así 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 microempresas, 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 porque es allí donde se muestran las razones del por y para qué se realiza la investigación del tema escogido en específico, por lo tanto es de suma importancia identificar con qué objetivo se va a trabajar en este 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, el único límite es la imaginación de cómo o cuando realizar el diseño de la estrategia utilizada para la ejecución y creación de la microempresa, 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 el desarrollo del plan de negocios para la creación de la empresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara, siendo este

el emprendimiento seleccionado para obtener una estabilidad financiera y personal.

En el aspecto académico, esta investigación permitirá a futuros investigadores de la universidad, estudiar temas referentes al presente trabajo, así como también, sirve como material bibliográfico o referencial para la investigación de ¿cómo se realiza el plan de negocios? y ¿cuál es el momento adecuado para tomar la decisión de realizar dicho plan de negocios? para la creación de una microempresa que se define como emprendimiento.

Desde el punto de vista socio político, esta investigación permitirá escudriñar temas de suma importancia enfocados en la creación de nuevas empresas que permitan impulsar el desarrollo social, así como también, dinamizar la economía emergente, en la medida que contribuye al bienestar de la población, para así ofrecer oportunidades de trabajo, nuevos productos y servicios de innovación.

Metodológicamente, este estudio elaborará un plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor donde se garanticen resultados validos y fiables que respondan a las metas y objetivos trazados en dicha investigación, de esta manera se orientan diversas herramientas teóricas-practicas para solucionar problemas a través del método científico aplicado en la presente investigación.

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 y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor 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, de manera tal, 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 empresa, y beneficiar a los habitantes. El mismo, se quería llevar a cabo desde hace años anteriores, fue realizado en un periodo correspondiente de 12 semanas culminando el día seis de mayo del presente año. Se establece elaborar un plan de negocios para creación de la empresa Postres Dulzura y Amor, con el objetivo de poner en marcha la misma, que se ubicará en la comunidad San Francisco calle 6 entre carreras 5 y 6; Barquisimeto- Edo. Lara, en cuya empresa laborarán 4 personas como inicio de la misma, Por tal motivo, el análisis y alcance de la investigación se enfoca exclusivamente en el estudio de las necesidades que amerita la empresa, así como también, el funcionamiento del local y la distinta materia prima que se utilizará para la realización de los postres exhibidos a la venta en dicha comunidad.

Se espera que, al consolidar los objetivos antes presentados, la empresa practique el plan de negocios diseñado con el fin de experimentar mayores posibilidades de crecimiento, competitividad y bienestar del talento humano; aparte de ser reconocida por su futura trayectoria en el mercado y buenos productos, también transforme la calidad de vida y valor de sus trabajadores.

MOMENTO II

SOPORTE CONCEPTUAL

Antecedentes de la Investigación

En cualquier proyecto, es de suma importancia la búsqueda de trabajos de investigación donde se hayan manejado objetivos y variables similares, de esta manera, se da valor a los hechos posteriores. Por lo antes expuesto, los antecedentes se han constituido en uno de los aportes más importantes en todo trabajo, ya que con estos se pueden realizar investigaciones de los acontecimientos o hechos del tema que se desea investigar, por tal motivo es importante que el presente estudio se apoye en trabajos previos desarrollados sobre el tema de emprendimiento, para esto se hará una recopilación de información que será organizada y detallada de acuerdo al grado de importancia de su investigación y análisis permitiendo la interpretación de los resultados que serán obtenidos y la formulación de conclusiones de los diferentes trabajos de emprendimiento elaborados para su posterior ejecución, mejoría y crecimiento en el área de emprendimiento empresarial.

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. Se ejecuta una

serie de investigaciones de los trabajos de grados realizados para la obtención del título universitario en los distintos niveles académicos, con el fin de determinar los cambios positivos o negativos que se puedan enfrentar, al momento de tomar la decisión de realizar el emprendimiento para el crecimiento personal y laboral, y así de esta manera se pueda evitar fracasos a lo largo de la ejecución del plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara.

En atención a lo antes expuesto, los antecedentes consisten en aquellos estudios previos que otro investigador ha realizado y que tenga relación con el tema en cuestión, a continuación se refieren una serie de estudios semejantes y realizados previamente en el área de interés del investigador, permitiendo conocer lo que se ha investigado con anterioridad en el ámbito internacional, nacional y local.

En el ámbito internacional, Cabrera y Quintero (2021), presentaron un estudio para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN, Bogotá, Colombia titulada: **Modalidades de emprendimiento como opción de trabajo de grado en las instituciones de educación superior, una revisión documental**. Su objetivo general fue determinar las modalidades de emprendimiento como opción de trabajo de grado en las instituciones de educación superior, una revisión documental. En su estudio, presentaron un trabajo de investigación de emprendimiento, cuyo objetivo se desarrolla bajo el tipo de investigación documental, de enfoque cualitativo, donde se aplicó la fase heurística para definir los protocolos de búsqueda en la base de datos, bajo las categorías de emprendimiento y trabajos de grado, a fin de hacer el análisis e interpretación como parte central de la fase hermenéutica en la construcción de conocimiento y ejes esenciales a tener en cuenta al dinamizar el emprendimiento desde el currículo a la formación integral y de oportunidad hacia la creación de empresas, ideas de negocios o unidades productivas que serán de gran beneficio para el emprendedor que tome esta excelente decisión.

Hace énfasis, a una revisión documental realizada a investigaciones en torno al emprendimiento como opción y alternativa de trabajo de grado que ofrecen a los estudiantes de las instituciones de educación superior con el propósito de conocer desde la normatividad, el fomento al emprendimiento, los beneficios y oportunidades, Así como también, determinar las modalidades de emprendimiento como opción de trabajo de grado en las instituciones de

educación superior, una revisión documental.

Este antecedente se vincula con el trabajo de investigación, porque entre las conclusiones se destaca que la evaluación más importante del proyecto se realizó con el propósito de conocer desde la normatividad, el fomento al emprendimiento y su contribución a la educación superior y la creación de empresas, para su desenvolvimiento a futuro de manera que cada estudiante tenga la opción de elegir si quiere ser un empleado o un emprendedor, siendo esta segunda opción de mucho provecho donde el estudiante puede desempeñarse en el área laboral que más le gusta y obtener un gran crecimiento importante a lo largo de su vida empresarial.

Se continua con el nivel internacional, en esta oportunidad el autor, Fazio (2019), realizó una investigación en la Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas provincia Mendoza 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 “Postres Dulzura Y Amor” para desarrollar productos de gran innovación, donde el cliente este satisfecho por el servicio y el producto que se presentara.

En lo que respecta a los antecedentes a nivel nacional, Mota y Pérez (2021) por su parte, efectuaron una investigación en la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Núcleo Yaracuy Extensión Nirgua, en San Felipe Estado Yaracuy, Venezuela titulado:

Proyecto orientado hacia la interpretación del Emprendimiento Universitario de los Estudiantes en Tiempos de Covid 19, su objetivo general describir la actualidad del fenómeno del emprendimiento como práctica económica, la investigación se enmarcó con un diseño de campo, apoyada en una revisión documental. De enfoque cualitativo, presentado en forma de entrevista.

Se realizaron consultas para orientar la presente investigación, entre ellas el emprendimiento universitario de los estudiantes de Trabajo de Grado para optar al Título de Licenciado en Administración y Gestión Municipal. Presentado por el propósito de este proyecto se orienta hacia la interpretación del Emprendimiento Universitario de los Estudiantes en Tiempos de Covid 19 que lleva implícitos elementos de la cotidianidad actual con el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación que van trascendiendo en el tiempo desde la visión del mundo circundante describiendo realidades de la perspectiva de los relatos. Entre los hallazgos arrojados está la importancia del emprendimiento como forma de responder ante cualquier situación o crisis.

Este trabajo de investigación está estrechamente vinculado con esta investigación, ya que se basa en el estudio de adversidades que pueda presentar la situación del país, como lo es actualmente el covid 19, que es una enfermedad que afecta de distintas maneras en función de cada persona. Es decir, ayuda por medio de la formación académica a cada estudiante para obtener conocimientos acerca de los pasos a seguir para la toma de decisión de un nuevo emprendimiento que beneficia de forma personal y laboral, a pesar de este tipo de circunstancias como lo es dicha enfermedad, ya que es de gran impacto en la vida del estudiante.

Por otro lado es de suma importancia tener en cuenta la situación covid 19 en la actualidad ya que la creación de la microempresa Postres Dulzura y Amor, encargada de la elaboración de postres, pasteles y variedad en dulces, se debe implementar una forma de convencer al cliente para que tenga en cuenta que al momento de la realización de los productos de innovación ya hace uso de todas las medidas de seguridad así como es responsabilidad de cliente y del vendedor el uso correcto de las medidas de bioseguridad al momento de compra y despacho para evitar contagios por dicha enfermedad.

De igual forma, con respecto a los antecedentes a nivel nacional, se cita a Gutiérrez(2018), quien 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 encajara 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 con base a los continuos y rápidos cambios del entorno de la organización. Dicho antecedente 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, la metodología de ambas técnicas aplicadas en el anterior trabajo, orientan al emprendedor a diseñar y explorar diferentes técnicas para conocer 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.

En cuanto al ámbito Regional, 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 Empresa “La Caroreña” para optar por el título de T.S.U en Administración de Empresas**, el objetivo general de este trabajo se trató de desarrollar un plan de negocios para la producción de mermeladas de sabores no tradicionales por la empresa “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 estudio de mercado es una pilar fundamental en un plan de negocios, porque mediante a 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 microempresa, a través de este proceso se analizan los clientes, el mercado, los competidores cercanos que posea la microempresa o empresa, para crear un plan estratégico que ayude en la toma de decisiones, con el fin de que las mismas sean de forma satisfactoria para los clientes y de esta manera se logre el éxito empresarial guiándose de cada uno de los conceptos que posean validez.

Microempresa

Por lo general, las microempresas poseen a un solo emprendedor, con lo cual el funcionamiento técnico y financiero de esa empresa 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 empresa.

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 empresa 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 esta 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 empresa o proyecto, emprender es un término que después fue aplicado a empresarios 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 empresarial. 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 empresariales 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 empresarial, ya que por medio de el encontraremos la forma correcta para el funcionamiento de la empresa, 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 empresa. 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 empresa, 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 la microempresa “Postres Dulzura y Amor” tiene por objetivo la venta de postres para el deleite de sus clientes, y la misma, está clasificada como alimentación porque pertenece al área de postres 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 empresarios innovadores; es el medio con el cual, explotan el cambio como una oportunidad para un negocio diferente, se presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse." (p.33)

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 empresas 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.

Postre

Básicamente, los sueños son como los postres que hacen felices a la personas, el postre es el plato de sabor dulce o salado que se toma al final de la comida, o de merienda. Cuando se habla de postres se entiende alguna preparación dulce, bien sean cremas, tartas, pasteles, helados, bombones, etc. Por extensión se denomina postre a cualquier comida dulce incluso si su objetivo no es ser ingerida al final de la comida. Algunos ejemplos son las galletas, chocolates y magdalenas estos generan un deleite al ser consumidos.

Método Canva

Es de suma importancia, tener una elección que favorezca la elaboración de la empresa, con el fin de lograr cada uno de los objetivos establecidos, por lo tanto, el modelo canvas se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial.

Al respecto, Osterwalder y Pigneur (2011) establecen que:

Los nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicara en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa (p.18).

Por ello, el método canva se utiliza como idea anticipada para plasmar el modelo empresarial que se ejecutara con el fin de identificar la viabilidad del proyecto, siendo satisfactorio para su elaboración, así como las ventajas y desventajas que se puedan presentar al momento de su realización.

Beneficios del uso del modelo canvas

Mejora la comprensión: Ya que utiliza herramientas visuales, esta metodología fomenta el pensamiento creativo de los trabajadores que crean el lienzo.

Amplios puntos de enfoque: En este modelo se mantiene una constante visión del modelo

de negocio desde diferentes perspectivas: comercial, mercado, y canales de distribución.

Análisis estratégico: En solo una hoja se pueden visionar todos los elementos del lienzo. Es una forma sencilla para sacar el mayor partido a esta herramienta. De tal manera, cada uno de los presentes beneficios son de suma importancia porque permite obtener un análisis real de la empresa, donde se da a conocer cuáles son sus clientes más constantes, cual es el lugar que aborda la empresa, que recursos son necesarios para el éxito de la empresa y esto puede llevar la puesta en marcha de una forma satisfactoria.

Métodos de Control de Inventarios

En todas las empresas se debe tener un inventario bien administrado y controlado, por lo cual, el método más idóneo es uno de los elementos más importantes en la contabilidad de la mercancía, sin embargo, existen varias maneras de control, entre las cuales se encuentran:

Control físico: es el más utilizado en las empresas, por lo general se realiza a finales de año y consiste en contar la materia prima, los productos en proceso y terminados, para luego contrastar con los registros del control lógico y así poder verificar si existen diferencias o fallas a fin de solventarlas, sin embargo, como se hace en intervalos largos de tiempo es probable que sea tarde para solventar los errores y no quedaría de otra sino asumirlos.

Al respecto, Catacora (2009) señala:

El conteo físico se reconoce como una actividad importante para las organizaciones, en muchas de ellas se realiza anualmente; sin embargo, otras organizaciones requieren que se efectúe con mayor frecuencia, debido a la importancia monetaria de las partidas; esto ocurre principalmente con empresas dedicadas a la comercialización de productos (p.252).

Por lo antes mencionado, es importante llevar un control de cada materia prima que ingrese a la empresa con el fin de tener organización desde el principio de la misma porque esto permite evitar pérdidas que afecten la empresa a futuro.

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 CRBV 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, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país (p.22).

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 empresa, 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 empresa 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 empresa. Siempre enmarcadas en el plano jurídico.

Dentro del mismo orden, se cuesta con la Ley Orgánica del Trabajo de los Trabajadores y Trabajadoras, LOTTT (2012), la cual en su preámbulo se encuentra que su objetivo principal es proteger al trabajo como hecho social y garantizar los derechos de los trabajadores y de las trabajadoras, por lo que todo lo concerniente en materia laboral debe estar ajustado y enmarcado dentro del parámetro de esta ley.

El contrato de trabajo se realiza cuando un empleador ofrece trabajo a un empleado, en lo que concierne a los derechos humanos, el artículo 55 refiere que: El contrato de trabajo, es aquel mediante el cual se establecen las condiciones en las que una persona presta sus servicios en el proceso social de trabajo bajo dependencia, a cambio de un salario justo, equitativo y conforme a las disposiciones de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y esta Ley (p.18).

Por lo ya mencionado, referente al artículo 55, se define el contrato de trabajo como el acuerdo entre las partes donde se establecen las condiciones en las que una persona presta sus servicios en el proceso social del trabajo bajo condiciones de dependencia Asimismo, se describe entre los elementos de la relación de trabajo los siguientes:

- Prestación personal del servicio. Que está referida a la realización de una labor por parte de una persona natural a otra que puede ser natural o jurídica. Significa que el trabajador debe realizarlo por sí mismo; es decir, prestación personal del servicio, sin ayuda de ninguna otra
- Persona y sin que el trabajador contratado pueda ser sustituido por otro o subcontratar.
- Continuada dependencia o subordinación. Es el elemento que tipifica el contrato de trabajo o relación laboral. Se traduce en la facultad que tiene el empleador para exigirle al trabajador el cumplimiento de órdenes en cualquier momento, de acuerdo con el modo, el tiempo o cantidad de trabajo, y a imponerles reglamentos.
- Remuneración o salario. Es el tercer elemento necesario para determinar la existencia de un contrato de trabajo y consiste en la retribución por el servicio prestado. En este sentido, desde un plano legal, se considera como salario la totalidad de las percepciones económicas de los trabajadores en dinero o en especie por la prestación profesional de los servicios laborales a un empleador según un acuerdo común pautado, bien sea a través de dinero en efectivo o en otros medios y canales estipulados.

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.

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).

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Cuadro 1:

Cuadro de Operacionalización de la Variable

Objetivo General: Elaborar un plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara.					
Objetivo específico	Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento	Ítems
Determinar la factibilidad técnica, económica-financiera y de mercado con el fin de elaborar el plan de negocios para la creación de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, Estado Lara.	Aspectos técnicos, económicos-financieros	Estudio técnico, económico-financiero	Muestra del producto.	C	1
			Stock variado.	U	2
			Precios de oferta.	S	3
			Formación de clientes VIP.	T	4
Establecer los pasos a seguir para la creación de la microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, Estado Lara	Plan de Negocios	Estudio del mercado	Prestación de servicios.	I	5
			Precio.	O	6
			Aceptación.	N	7
			Publicidad.	A	8
				R	
				I	
				O	

Fuente: Vásquez (2022)

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 postres y dulces de la empresa Postres Dulzura y Amor y establecer conclusiones en bases a estos resultados.

Tipo de investigación

La presente investigación tiene como finalidad el conocimiento de la ejecución del plan de negocios para la creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor con estudio de campo puesto a que la información se obtendrá de los futuros clientes de la microempresa, adoptando un de tipo de estudio descriptivo y diseño no experimental. Por su parte

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 creación y puesta en marcha de la microempresa “Postres Dulzura Y Amor” 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.

Técnicas e instrumentos de recolección de la información

La presente investigación, realizada para la recolección de información de la oferta de postres en sus diversos tipos, para la creación de la empresa Postres Dulzura y Amor es de gran beneficio para cada uno de sus consumidores, por lo cual se seleccionó como instrumento, un cuestionario para recopilar datos de la información de los sujetos a estudiar, el cual estará formado por una serie de preguntas dicotómicas, ya que estas agrupan una serie de interrogantes

relativas al evento o temática en particular, sobre el cual se desea obtener la información. Fue seleccionado debido a que es el método idóneo para obtener la información descriptiva de aspectos concretos de la población en estudio.

Cabe destacar, que para llevar el proceso de recolección de datos, es necesario plantear seriamente la información que se busca obtener. Por ello, esto se logra mediante la utilización de técnicas e instrumentos que permitan registrar los datos durante el desarrollo de la investigación. En referencia a lo que son las técnicas de recolección de datos, Arias (2006) indicó que: “Son las distintas formas o maneras de obtener la información, el mismo autor que los instrumentos 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.

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).

Procedimientos para la Recolección de Datos

El procedimiento para obtener los datos expresados en respuestas, es para obtener la información deseada. Al respecto, López (2013), expresa que “las técnicas son las diversas maneras de obtener la información, mientras que los instrumentos son las herramientas que se utilizan para la recolección, almacenamiento y procesamiento de la información recogida. (p 44). De esta manera, es importante aplicar ambas ya que, ayuda a obtener la información que se necesita. Por medio de ellas en la presente investigación se escogió como técnica la encuesta, con el propósito de obtener información acerca de la demanda y el interés de la población por consumir postres en la comunidad San Francisco, en la carrera 6 entre calles 5 y 6, ubicado en Barquisimeto, estado Lara.

La Encuesta

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 formulen. 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.

Población

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 calle 6 entre carreras 5 y 6 de la comunidad San Francisco, 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.

Muestra

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 la repostería, planteando los diferentes postres para determinar la aceptación de los mismos para su deleite y disfrute de la empresa elaborada en dicha ubicación.

Estrategias procedimentales para el desarrollo de la investigación

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 una microempresa de postres, 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 una recolección de datos mediante representaba mediante una encuesta, que es instrumento de gran importancia para este tipo de investigación,

siendo una población infinita, se considera realizar la serie de preguntas solo a 30 habitantes de la comunidad San Francisco calle 6 con carrera 5 y 6. Por motivo de haber exceso de habitantes a sus alrededores.

Tercera Etapa:

Ya realizada la encuesta, con sus respectivas preguntas, se procede a analizar la recolección de datos que se obtienen por medio de las respuestas, las cuales tienen como finalidad, obtener opiniones que sean de beneficio para el crecimiento y establecimiento de manera victoriosa y exitosa de la microempresa Postres Dulzura y Amor. Cabe mencionar que los resultados de cada encuesta fueron analizados de forma individual, y esta es de suma importancia para el futuro y buen funcionamiento de la microempresa, así como la de prestar un excelente servicio, con todas aquellas sugerencias que se recopilara de la respuesta de dicha población.

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 microempresa Postres Dulzura y Amor, 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 empresa 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 microempresa Postres Dulzura y Amor en Barquisimeto, estado Lara. Tomando como base el análisis del objetivo ya mencionado, se va a elaborar la evaluación técnica, económica y de

mercado que establezca su rentabilidad. A continuación, se presenta los resultados en función de la aplicación, estos fueron organizados, tabulados y analizados de acuerdo a la naturaleza del instrumento y su correspondencia con los objetivos de la investigación.

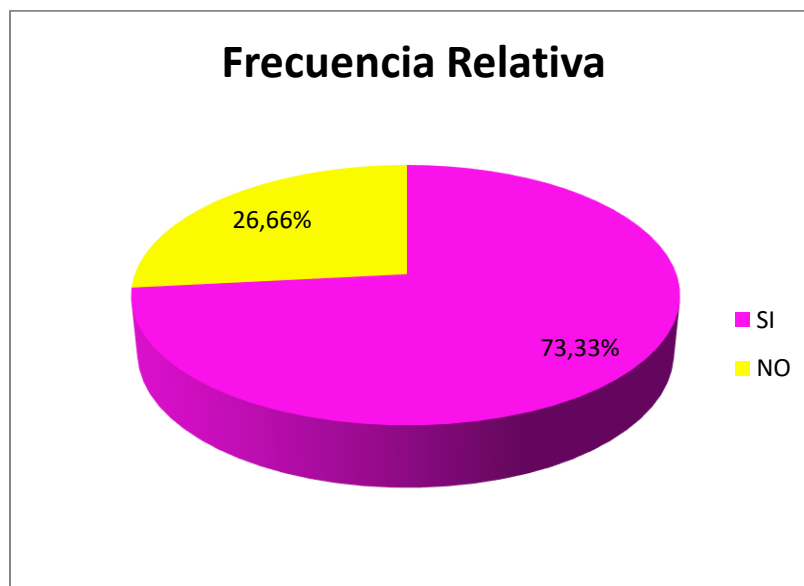
Ítem N° 1: ¿Estaría usted dispuesto a probar una muestra gratis de algunos de los postres de la empresa Postres Dulzura y Amor?

Cuadro N° 2 Muestra del producto

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	22	73,33%
NO	8	26,66%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico N°1



Análisis

La prioridad de la empresa Postres Dulzura y Amor está basada en tener clientes satisfechos con nuestro servicio, el 73,33% (22 personas) encuestados expresan claramente estar

de acuerdo con el consumo de una muestra gratis en la empresa, mientras que el 26,66% (8 personas) no están de acuerdo alegando una parte de ellos que por cuestiones de salud el consumo de dulce les podría dar una reacción que afecte sus vidas, y la otra parte de manera consciente opina que por ser el inicio de la empresa no es rentable para la empresa ofrecer muestras gratis.

Al respecto, Peppers y Rogers (como se cita en Kotler 2012.) refiere,

Desarrollar clientes leales es una de las principales metas de cualquier empresa, así mismo indican que, el único valor que una empresa 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 (p123).

El presentar una muestra gratis del producto es una estrategia adoptada con el fin de ganar la confianza del cliente y que el mismo sea parte de los clientes leales de la empresa, siendo de suma importancia para nuestro crecimiento, porque esto nos permite ser referidos ante otras personas mediante los clientes que ya han consumido los postres de nuestra empresa Postres Dulzura Y Amor.

Ítem N° 2: ¿Le parece adecuado como consumidor que la empresa Postres Dulzura y Amor tenga un stock variado para consumir?

Cuadro N° 3: Stock Variado

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez(2022)

Gráfico N°2



Análisis

El stock variado de postres permiten al consumidor gozar de diferentes sabores, de esta manera, el cliente disfruta e identifica a la empresa como innovadora, por tal motivo, Postres Dulzura y Amor prepara una amplia gama de postres con el fin de obtener clientes leales a la empresa donde sea de su agrado consumir los dulces que la misma ofrece; contenidos con chocolate y arequipe, que serán sabores claves para el disfrute de nuestra clientela.

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 empresa, el 100 % (30 personas) de los usuarios respondieron que SI. 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.

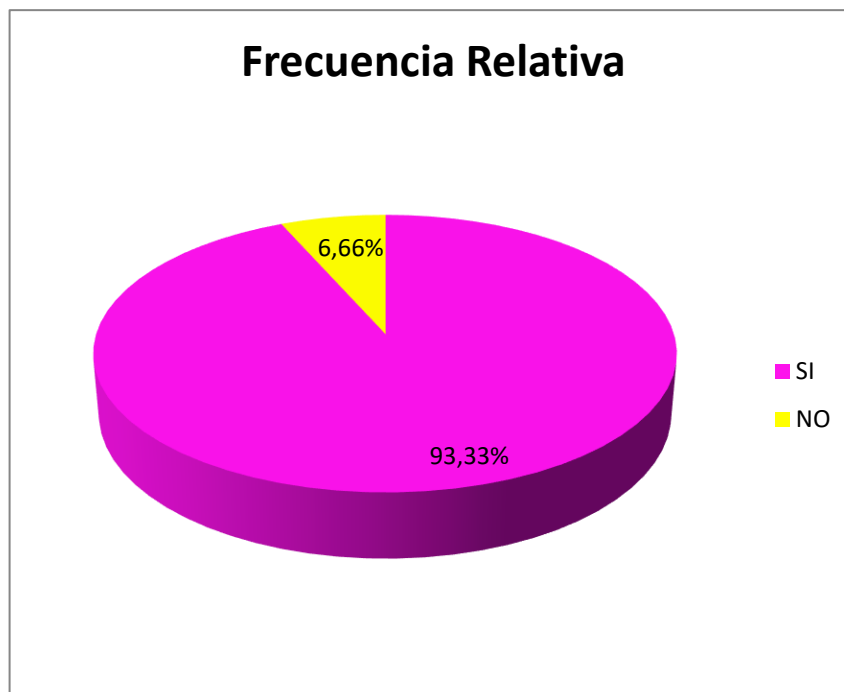
Ítem N° 3: ¿Estaría usted dispuesto a comprar postres en ofertas de la empresa Postres Dulzura y Amor?

Cuadro N° 4: Precios de Oferta

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	28	93,33%
NO	2	6,66%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico N°3



Análisis

Las ofertas son de gran beneficio para los clientes de cualquier empresa 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 empresa

Postres Dulzura y Amor es que el cliente tenga la certeza de poder consumir postres de calidad y a un precio accesible. El 93,33% (28 personas) de los encuestados, está dispuesto a comprar productos en oferta a un atractivo costo, mientras que un 6,66% (2 personas) no están de acuerdo con esta propuesta, y alegan que deben conocer los productos en oferta para poder tomar una decisión concreta acerca de realizar la compra o no.

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: ¿Le gustaría formar parte de la clientela especial y VIP de la empresa Postres Dulzura Y Amor?

Cuadro N° 5: Formación de Clientes VIP

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	29	96,66%
NO	1	3,33%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico N°4



Análisis

El formar parte de la clientela especial y VIP de la empresa Postres Dulzura y Amor permite obtener beneficios tales como, ser prioridad al momento de ser atendidos, así como también, ser los primeros en enterarse de nuestros mejores postres, con el presente estudio se obtienen los siguientes resultados: el 96,66% (29 personas) aceptan formar parte de este increíble grupo de clientela especial, mientras que un 3,33% (1 persona) prefiere ser un cliente más por motivo de no tener tanto gusto por los dulces. 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 postres de la empresa, 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.

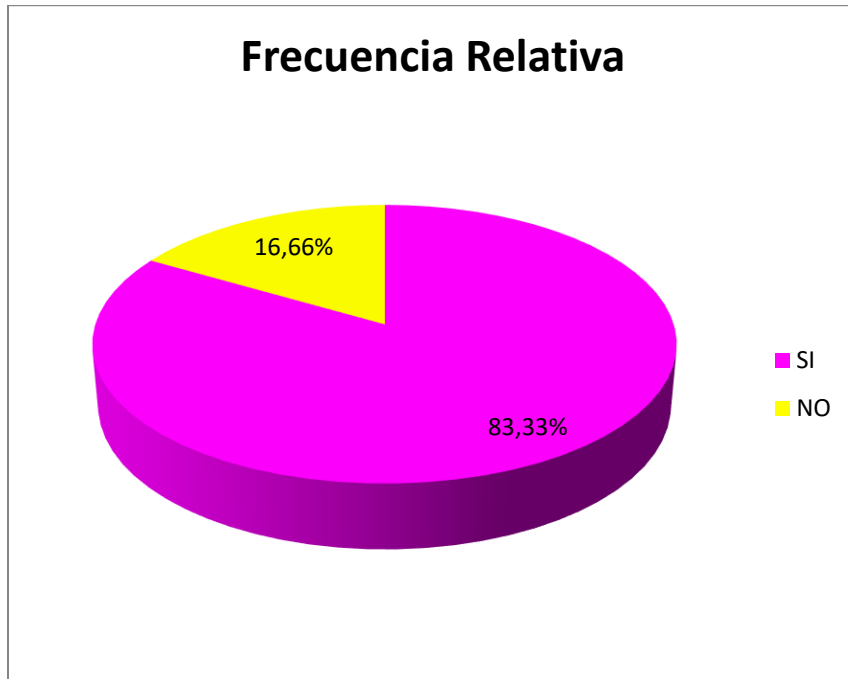
Ítem N° 5: ¿Le gustaría que la empresa Postres Dulzura y Amor contara con servicio de delivery?

Cuadro N° 6:Prestación de servicios

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	25	83,33%
NO	5	16,66%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico N°5



Análisis

La respectiva encuesta realizada, fue a personas ubicadas a los alrededores de la empresa Postres Dulzura y Amor, al hacer esta pregunta un 83,33% (25 personas) les pareció un gran forma de hacer llegar sus deliciosos postres a la comodidad de su hogar; mientras que un 16,66% (5 personas) alegó no ser necesario este servicio por estar tan cerca de la ubicación de la empresa. 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 empresa como de su dueño.

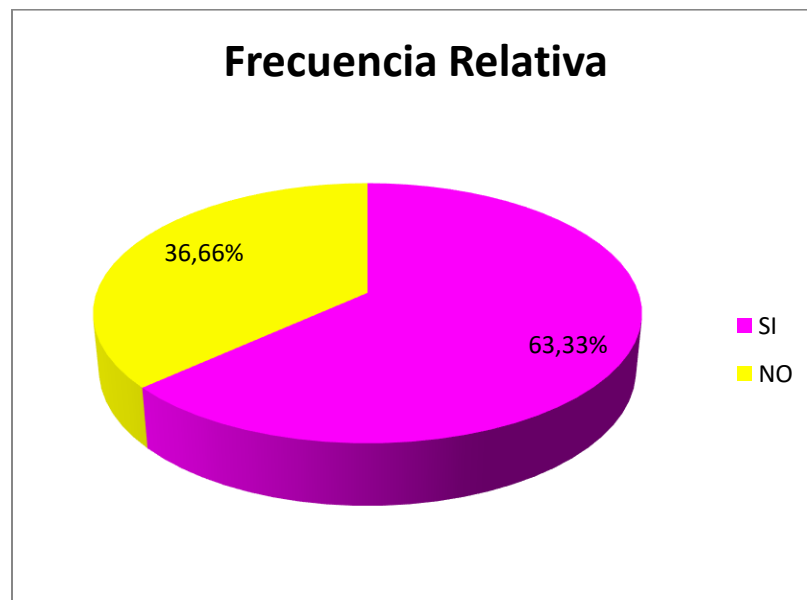
Ítem N° 6: ¿Estaría usted dispuesto a pagar 2\$ por una ración de torta de la empresa Postres Dulzura y Amor?

Cuadro N° 7: Precios

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	19	63,33%
NO	11	36,66%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico N°6



Análisis

Los usuarios de los servicios expresaron su disposición ante esta pregunta, en este caso el 66,33% (19 personas) manifestó estar de acuerdo con el precio estipulado, mientras que un 36,66% (11 personas) no. 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 empresa y que este sea motivo de pertenecer a clientes leales de Postres Dulzura y Amor.

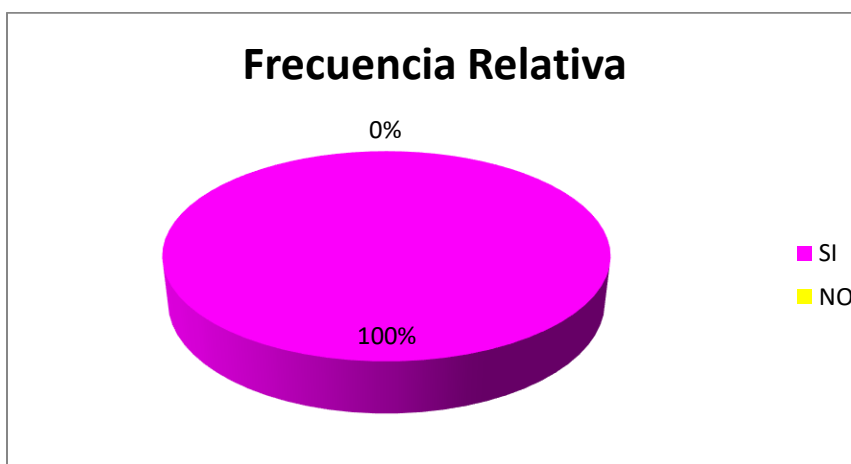
Ítem N° 7: ¿Está usted dispuesto a consumir la torta de chocolate y arequipe de la empresa Postres Dulzura y Amor?

Cuadro N° 8: Aceptación del producto

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico N°7



Análisis

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 empresa, el 100% (30 personas) de los usuarios encuestados respondieron Si. 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, identifica que perciben que el mismo es de calidad, buen sabor y 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 postres se trate.

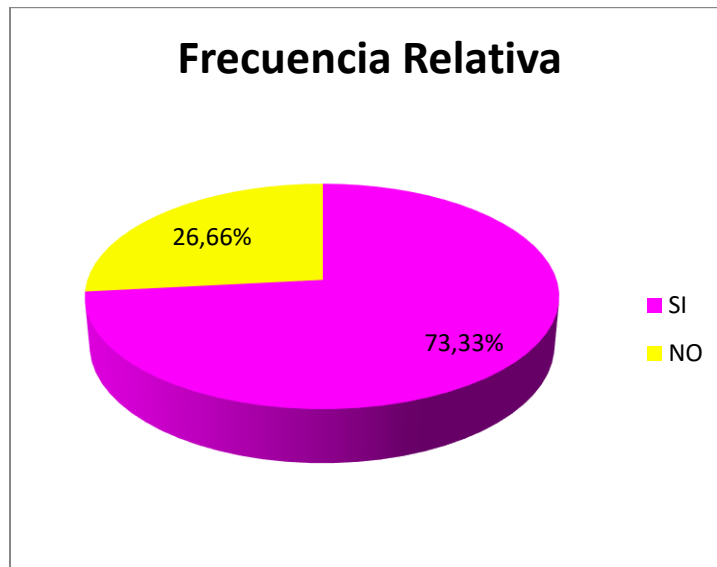
Ítem N° 8: ¿Estaría usted dispuesto a seguir cada una de las cuentas en las redes sociales (whatsapp, instagram, facebook) para mantenerse informado de los postres novedades e innovaciones de la empresa Postres Dulzura y Amor?

Cuadro N° 9: Publicidad

Alternativas	Frecuencia Relativa	Porcentaje (%)
SI	22	73,33%
NO	8	26,66%
TOTAL	30	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico N°8



Análisis

La comunicación representa hoy la clave en las relaciones humanas, los avances tecnológicos ofrecen herramientas adecuadas a las necesidades de cada empresa, en ese orden de ideas, la empresa Postres Dulzura y Amor, ofrece el servicio de redes sociales a sus clientes. El 73,33% (22 personas) de encuestados acepto gustosamente la propuesta, mientras que el 26,66% (8 personas) tienen dudas y prefieren no seguir las cuentas de redes sociales. 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.



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA
DE LA MICROEMPRESA POSTRES DULZURA Y AMOR**



Modelo Canvas de la microempresa

“Postres Dulzura Y Amor”

<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Nuestro segmento no está limitado por edad y género, está dirigido a hombres, mujeres y niños de cualquier edad ubicados en la comunidad de San Francisco calle 5 entre carreras 5 y 6, a través de diferentes presentaciones y sabores.</p>	<p>Actividades Claves</p> <p>Creación de redes sociales.</p> <p>Promociones.</p> <p>Publicidad.</p> <p>Ventas.</p> <hr/> <p>Recursos Claves</p> <p>Algunos materiales físicos que se necesitan: cocina, licuadora, cuchillos, ollas.</p> <p>Materia prima: Harina de trigo, huevos, azúcar, agua polvo de hornear, arequipe, sirope de chocolate, cholate, lluvia de chocolate y de colores, crema de leche..</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>La propuesta de valor es brindar un producto diferente con variedad de sabores, en diferentes presentaciones:</p> <p>Innovar con sabores tradicionales como es la combinación de chocolate con arequipe, milhojas, brownie, entre otros.</p> <p>Otro valor agregado es que el cliente se deleite con los postres de su gusto y elección de una forma económica y fácil de adquirir.</p>	<p>Relación con Clientes</p> <p>La relación con nuestros clientes será personal porque vamos a ubicar un punto de venta personalizado o directo con el fin de ofrecer los distintos postres. Por otro lado también será indirecto dado que contaremos con redes sociales donde se promocionarán los productos: facebook, instgram, y whatsapp.</p> <hr/> <p>Canales</p> <p>El canal por lo pronto será directo porque tendremos 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>Segmento de mercado</p> <p>Nuestro segmento de mercado, se enfoca en identificar al cliente; que tanto tiene conocimientos de tecnología. Nos dirigimos al cliente en base de su comportamiento al realizar compras de postres, evaluando sus necesidades y beneficios.</p>
<p style="text-align: center;">Estructura De Costos Mensual</p> <p>Estructura De Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima: 127,08\$ • Otros gastos: 38\$ <p>Tortas de chocolate y Arequipe</p> <p>Total costo de torta completa= 10,59\$</p> <p>Total de precio de venta de la torta completa= 20\$</p> <p>Total costo de ración = 1,06\$</p> <p>Total de precio de ración por venta= 2\$</p>		<p style="text-align: center;">Fuente De Ingresos</p> <p>Aportes iniciales de los socios y las ventas obtenidas al iniciar operaciones</p>		

Costos Variables Mensuales (expresado en dólares)

Cuadro N° 10

COSTOS VARIABLES MENSUALES				
PARA 120 RACIONES				
Descripción	cantidad	Unidad	Costo unitario	Total
CHOCOLATE	12	500gr	1,25	15\$
AREQUIPE	12	500gr	2,42	29,04\$
AZUCAR	12	350gr	0,48	5,76\$
CREMA DE LECHE	12	300gr	1,66	19,92\$
HUEVOS	72		0,24	17,28\$
MARGARINA	12	300gr	2,37	28,44\$
HARINA DE TRIGO	12	300gr	0,97	11,64\$
TOTALES	144	gr	9,39	127,08\$

Para la ejecución de una torta de arequipe con chocolate de 1,5kgr se necesita 300gr de harina de trigo= 0,97\$, 350gr de azúcar =0,48\$, 300 margarina =2,37\$ y 6 huevos = 1,44\$, medio kilo de arequipe 2,42\$, medio kilo de chocolate= 1,25\$ y 300gr crema de leche =1,66\$. Total de costo de 1 torta= 10,59\$ Por lo antes mencionado se realizaran 3 tortas semanales, para su venta en raciones (10 unidades) cada una, dando un total de 30 raciones, a un costo de 1,06\$ y precio de venta de 2\$, obteniendo una ganancia de 0,94\$ por cada ración para un total de 28,2\$ de ganancia semanalmente y 112,80\$ mensualmente con la venta de 120 raciones total de venta 240\$ De igual forma tendremos 3 tortas completas para su venta, a un costo de 10,59\$ cada una y su precio de venta será de 20\$, obteniendo una ganancia de 9,41\$ por cada torta, que daría un total de 28,23\$ semanalmente y de 112,92\$ mensualmente con la venta de 12 tortas para un total de 240 . Por otro lado también se ofrecerá la torta de arequipe completa en 15\$ a precio de venta y su ración en 1,5\$ y la de chocolate en 12\$ completa y 1,2\$ la ración.

Cuadro N° 11

COSTOS INDIRECTOS MENSUALES				
PARA 120 RACIONES				
Descripción	cantidad	Unidad	Costo unitario	Total
ENVASES	120	Bs.	0.30	36
GAS	1 bombona	10kg	1.5	1,5\$
AGUA				0.5
TOTALES				38\$

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 creación y puesta en marcha de la microempresa Postres Dulzura y Amor 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 empresa, 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 empresa.

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 del instrumento tipo cuestionario de once (8) preguntas dicotómicas a la muestra de 30 personas residenciadas en la carrera 6 entre calles 5 y 6 San Francisco de Barquisimeto, estado Lara, se pudo evidenciar que la población local está muy receptiva con la puesta en marcha 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, económico, 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 se puede poner en marcha, iniciar e 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 empresa 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 empresa, 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. El plan realizado en la presente investigación permitió identificar que es completamente viable para su ejecución y puesta en marcha.

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 las nuevas recetas de postres y dulces de innovación para los consumidores. Así como también, evaluar constantemente la percepción y opinión del usuario con respecto al servicio; ya que toda empresa busca el éxito de brindar al cliente un ambiente en donde se sienta a gusto; es un punto clave para el éxito de la empresa 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 oeste para 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 empresa como del cliente; presentar publicidad de las ofertas y nuevas innovaciones para el crecimiento de la empresa ya que la tecnología y las redes sociales son un excelente medio para la atracción de usuarios o seguidores.

- Crear ofertas correspondientes a los postres, al ser inaugurada la empresa, con el fin de atraer clientes especiales que se puedan convertir en VIP por su lealtad en el consumo de Postres Dulzura y Amor. 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 empresa en periodos de 30 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>
- Arias, Fidas (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)
- 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>
- 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>
- Blank, S. (2018). *Segmentos de clientes*. Manual emprendedor. [Documento en línea]. Disponible:<http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/7108/1/mgutierrez.pdf>
- Bittan. M. (2017). *El emprendimiento empresarial*. [Documento en línea]. Disponible:<https://moisesbittan.com/el-emprendimiento-empresarial/>
- 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>
- 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>
- Chávez M y Carrasco M (2021). *Desarrollo de un Plan de Negocios para la producción de mermeladas de sabores no tradicionales por la Empresa “La Caroreña”* 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
- 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>
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV), Gaceta Oficial N° 36.860 del 30 de diciembre del 1999.[Documento en línea].
Disponible:https://www.oas.org/dil/esp/constitucion_venezuela.pdf
- Douglas, F., y Pérez, C. (2021). *Proyecto orientado hacia la interpretación del Emprendimiento Universitario de los Estudiantes en Tiempos de Covid 19*, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Núcleo Yaracuy Extensión Nirgua.[Documento en línea].
Disponible:<https://www.studocu.com/latam/document/universidad-nacional-experimental-politecnica-de-la-fuerza-armada-bolivariana/metodologia-de-la-investigacion/tesis-completa-emprendimiento/13980527>
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresariado innovador. Práctica y los principios*. Ed. Sudamericana.[Documento en línea].
Disponible:http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332021000100006&script=sci_arttext
- 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>
- 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
- Freire, A. (2005). *Pasión por emprender*. Bogotá, Colombia. Editorial Norma.[Documento en línea].
Disponible:<https://claseadministracion.files.wordpress.com/2012/04/pasionporemprender.pdf>
- García Ferrando, M. (1993). *El análisis de la realidad social*. Métodos y técnicas de investigación Alianza, Universidad. Madrid, España.[Documento en línea].
Disponible:<http://metodoscomunicacion.sociales.uba.ar/wcontent/uploads/sites/219/2020/09/Garc%C3%ADa-Ferrando.pdf>
- Grönroos, C. (1989). “Defining Marketing: A Market-Oriented Approach”. European Journal of [Documento en línea]. Disponible: Marketing Gummesson, E.[Documento en línea].
Disponible:<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942516002.pdf>
- 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>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* México.[Documento en línea]. Disponible:https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Jaime, A. Beltrán, G. (2011). *Proyecto de investigación*, Alcandía mayor de Bogotá D.C, Cámara de comercio de Bogotá, Colombia.[Documento en línea]. Disponible:<http://administracion.uexternado.edu.co/encuentroInvestigacion/plantillas/2017/MemoriasEncuentroInvestigacion2017.pdf>
- 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/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- 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
- Lady, D., Cabrera, S., y Laura, Q., (2021) *Modalidades de emprendimiento como opción de trabajo de grado en las instituciones de educación superior, una revisión documental*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Bogotá, Colombia.Documento en línea]. Disponible:<https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/40145/1/lquinterogi.pdf>
- Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (Gaceta Oficial N° 6.076 Extraordinario del 7 de mayo de 2012).[Documento en línea]. Disponible:<https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/90040/103880/F-290965674/VEN90040.pdf>
- 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
- Martínez, A. y Nosnik, A. (1998). *Comunicación Organizacional Práctica. Manual Gerencial*. México.[Documento en línea]. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433571003.pdf>
- 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>
- Monteros, E. (2005). *Impacto económico de las microempresas 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>
- Osterwalder, A y Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona, España
- Quiroa, M. (2019). *Análisis del entorno (marketing)*. Guatemala: Economipedia. [Documento en línea]. Disponible: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-del-entorno-marketing.html>
- 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
- 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
- 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>
- 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
- Timmons, J., Zacharakis, A. & Spinelli S. (2004). *Business Plans That Work*. New York: McGraw Hill. [Documento en línea]. Disponible: <https://vdoc.pub/documents/business-plans-that-work-5mv7r3pies90>
- Ulrich, K. (1995). *The Role of Product Architecture in the Manufacturing Firm*. Research policy. [Documento en línea]. Disponible: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432010000100007
- Zambrano, A. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela. [Documento en línea]. Disponible: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>

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

CUESTIONARIO

Instrucciones:

- ✓ En primer lugar se presenta una serie de preguntas, de las cuales debe expresar su opinión tomando como opción la respuesta de su preferencia cada ítem.
- ✓ Cada pregunta plasmada, presenta dos (2) alternativas de respuesta, siendo estas: SI o NO, analice la pregunta y responda según su elección.

1. ¿Estaría usted dispuesto a probar una muestra gratis de algunos de los postres de la empresa “Postres Dulzura y Amor”?
 - a) –SI ()
 - b) –NO()
2. ¿Le parece adecuado como consumidor que la empresa “Postres Dulzura y Amor” tenga un stock variado para consumir?
 - a) –SI ()
 - b) –NO()
3. ¿Estaría usted dispuesto a comprar postres en ofertas de la empresa “Postres Dulzura y Amor”?
 - a) –SI ()
 - b) –NO()
4. ¿Le gustaría formar parte de la clientela especial y VIP de la empresa “Postres Dulzura y Amor”?
 - a) –SI ()
 - b) –NO()

5. ¿Le gustaría que la empresa “Postres Dulzura y Amor” contara con servicio de delivery?
- a) –SI ()
- b) –NO()
6. ¿Estaría usted dispuesto a pagar 2\$ por una ración de torta de la empresa “Postres Dulzura y Amor”?
- a) –SI ()
- b) –NO()
7. ¿Está usted dispuesto a consumir la torta de chocolate y arequipe de la empresa “Postres Dulzura y Amor”?
- a) –SI ()
- b) –NO()
8. ¿Estaría usted dispuesto a seguir cada una de las cuentas en las redes sociales (whatsapp, instagram, facebook) para mantenerse informado de los postres novedades e innovaciones de la empresa “Postres Dulzura y Amor”?
- a) –SI ()
- b) –NO()