

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

**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO
EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN
LA GESTIÓN EMPRENDIMIENTO
NORAIMA MERLO**

Autor: Wilmari Hernández
Asesor: Douglas Pérez

Barquisimeto, mayo de 2023

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

**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO
EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN
LA GESTIÓN EMPRENDIMIENTO
NORAIMA MERLO**

Trabajo Especial presentado como requisito para optar al grado de
Técnico Superior Universitario en
Contaduría

Autor: Wilmari Hernández
Asesor: Douglas Pérez

Barquisimeto, mayo de 2023

APROBACIÓN DEL ASESOR ACADÉMICO

En mi carácter de Asesor Académico del Trabajo de Investigación presentado por el (la) (los) Ciudadano(a) (s) **Wilmari María Alejandra Hernández González** C.I. N° **V-27.492.295** para optar al Grado de TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO en **Contaduría**, considero que el trabajo titulado: **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN LA GESTIÓN EMPRENDIMIENTO NORAIMA MERLO**, 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 21 días del mes de mayo de 2023.

Nombre

Firma:

C.I.: _____

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

VEREDICTO

VEREDICTO


Quienes suscribimos, Prof. Douglas Pérez C.I.: V-4.068.536 (Asesor Académico); y Profe. Hugmary Méndez C.I.: V-14.696.156 (Jurado), Prof. Yolanda Trejo (a) C.I.: V-5.251.378 (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.: Wilmari María Alejandra Hernández González C.I.: V-27.492.295

Titulado: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN LA GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NORAIMA MERLO

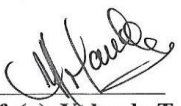
Hacemos constar que hoy, 25 de mayo del 2023.


Nos reunimos en la sede del instituto para evaluar y calificar dicho trabajo y decidimos otorgarle: Calificación en %: (78) equivalente a Quince (15) puntos

Expresión Cualitativa: Distintivo


Prof. (a) Hugmary Méndez
Jurado
C.I.: V- 14.696.156




Prof. (a) Yolanda Trejo
Jurado
C.I.: V-5.251.378


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

DEDICATORIA

Al Padre, Hijo y Espíritu Santo que me ha cubierto con su bendición y me acompañan siempre otorgándome la sabiduría, la salud y la fuerza necesaria para salir adelante y por medio de la cual he cumplido el objetivo trazado

A mis padres, por siempre apoyarme, y por el sacrificio enorme que hacen para ayudarme a cumplir mis metas y por siempre confiar en mí.

A mi abuela por siempre confiar en mí y apoyarme en todo momento.

A mi Hermanos por estar ahí siempre apoyándome en todo momento; que Dios los colme de Bendiciones

Wilmari Hernández

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, darle gracias infinitas a Dios padre, Hijo y Espíritu Santo.

Al Instituto Universitario Jesús Obrero por ser mi casa de estudios y brindarme las herramientas y conocimientos para formarme a nivel profesional.

A los Profesores académico por sus enseñanzas a lo largo de toda la carrera.

A mi tutor, por ayudarme, apoyarme y confiar en mí.

A todas aquellas personas que de una u otra manera estuvieron pendientes de mí y que forman parte de mi vida, con su granito de arena y apoyo formaron parte de este logro y me ayudaron a superarme. ¡A todos muchas gracias!

(Wilmari Hernández)

INDICE GENERAL

VEREDICTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE GENERAL	vi
INDICE CUADROS.....	viii
RESUMEN.....	iv
INTRODUCCION.....	1
I MOMENTO I SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.	
Descripción detallada de la situación objeto de estudio.....	3
Objetivos.....	5
General.....	5
Específico.....	6
Justificación de la Investigación	6
Alcance.....	7
II MOMENTO II. SOPORTE CONCEPTUAL	
Antecedentes	8
Bases Teóricas	10
Sustentación Legal	17
Sistema de Variable.....	20
III MOMENTO III. ORIENTACIÓN PROCEDIMENTAL	
Naturaleza de la Investigación	21
Población y Muestra	22
Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	24
Estrategias procedimentales de desarrollo de la investigación	25

IV MOMENTO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.	
Explicación detallada.....	28
V MOMENTO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones	45
Recomendaciones.....	46
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS.....	49

ÍNDICE DE CUADROS

p.p.

CUADRO N° 1: Matriz de Operacionalización de Variable.....	20
CUADRO N° 2: Distribución de la Población.....	23
CUADRO N° 3: Ponderación.....	28

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO
EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN
LA GESTIÓN EMPRENDIMIENTO
NORAIMA MERLO

Autor(a): Wilmari Hernández

Asesor: Douglas Pérez

Fecha: Mayo 2023

RESUMEN

El objetivo del presente estudio es proponer una planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión Emprendimiento Noraima Merlo dedicada a producir productos en el área salud, belleza y alimentación al alcance de un clip. Ubicada en el Municipio Urachiche Edo. Yaracuy. Hoy en día las empresas tienen la necesidad de crear valor, para así poder desarrollar una ventaja competitiva que les permita sobresalir en el mercado y en el entorno en el que operan. Es fundamental para el bienestar del emprendimiento, es decir la gestión efectiva de todos los recursos, ya sean humanos, materiales o tecnológicos. Dicha investigación corresponde al paradigma positivista, y se encuentra enmarcada en el enfoque cuantitativo; como una investigación de campo de carácter descriptivo. Las técnicas de recolección de datos que se usarán serán la observación directa y la encuesta. Para ello se diseñó un instrumento tipo cuestionario, elaborado en escala dicotómico conformado por 12 ítems, validado por expertos y confiabilidad, aplicado a cuatro (04) empleados, quienes representaron la población en estudio. La cual determinará la planeación estratégica aplicando el modelo de negocio canva en emprendimiento Noraima Merlo. En base a esto se formularon ciertas recomendaciones tales revisar y ajustar indicadores de gestión en cuanto cliente, oferta, infraestructura y viabilidad financiera, así como incrementar la línea de productos que ofrece Cosmovision Naturela

Descriptores: Planeación estratégica, modelo de negocio canva, emprendimiento.

INTRODUCCION

El emprendimiento en la actualidad se ha convertido en un tema muy atractivo a nivel mundial, los diversos agentes sociales y gobiernos analizan su relevancia y es considerado como un soporte en las soluciones ante las necesidades y los crecientes problemas económicos que emergen en la sociedad. Es por ello, que el emprendimiento comprende aquella actitud y aptitud de la persona que se permite emprender nuevos desafíos en la cual busca convertir lo imposible en oportunidades, avanzar un paso más y sobrepasar sus propios límites.

Sin embargo, estas características no son suficientes para lograr éxito en un emprendimiento, también se debe contar con un modelo de negocio, en este mundo tan cambiante, lleno de competencias, inestabilidad, incertidumbre, entre otras cosas por las distorsiones económicas, alto costo de la vida, pérdida del poder adquisitivo y cambios en las prioridades de vida como consecuencia de lo mencionado.

En este sentido, el desarrollo de este emprendimiento, se fundamenta en la necesidad de la propuesta de una planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión Emprendimiento Noraima Merlo, el cual se dedica a la fabricación y comercialización de productos en el área salud, belleza y alimentación al alcance de un clip. El modelo de negocio canva permitió la simplicidad de la interpretación de los resultados, tener un enfoque integral y sistémico de todos los elementos claves del mismo y evaluar los cambios detectados producto de los experimentos con el mercado supuesto de una manera rápida y productiva.

Es por ello, que este trabajo de investigación; se encuentra desglosado en cinco (5) momentos, con la finalidad de cumplir con los requerimientos establecidos, los cuales se encuentran definidos de la siguiente manera:

En el momento I, se plantea y formula el problema, a través de una descripción detallada de la situación objeto de estudio, los objetivos, justificación e importancia dentro del ámbito de estudio y alcances.

Asimismo, en el momento II; muestra el soporte conceptual, conteniendo los elementos relacionados con los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, sustentación legal que sustentan la investigación.

En el contexto del momento III; se describe orientación procedimental, naturaleza de investigación realizada. La población estudiada y la muestra que se utilizó, así como también se

describen las técnicas empleadas para recaudar datos y resultados obtenidos. Validez, confiabilidad y técnicas de análisis de datos. En el momento IV; se especifican los resultados de la investigación en forma detallada.

Finalmente, el momento V; donde se contemplan las conclusiones y recomendaciones. Por último, se presenta las referencias y anexos que sirvieran de soporte a la investigación efectuada.

MOMENTO I

SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Descripción detallada de la situación objeto de estudio

A nivel mundial el emprendimiento ha tenido un crecimiento vertiginoso. De allí que los países, desarrollados o en vías están abordando el emprendimiento como una alternativa a la incertidumbre laboral de nuestra época y a la necesidad de creación de riqueza de la población, especialmente en el caso de los jóvenes y adultos mayores que no cuentan con conocimiento de negocios ni de planificación estratégica. Sin embargo, un emprendimiento normalmente surge por consideraciones de necesidad, al querer mejorar la situación económica de la persona o familia aprovechando una oportunidad o solo por dar respuesta a las inquietudes del espíritu emprendedor que algunas personas poseen

Es decir, el emprendimiento se basa en la premisa de aprovechar una oportunidad por necesidades insatisfechas en el mercado o no satisfechas correctamente. No obstante, Rivero ^A, (2015) en su artículo Emprendimiento en Venezuela manifiesta que según un estudio del IESA: El 60% de los emprendimientos son asesorados por sus conyugues, el 50% por sus padres y en otros casos el 62% son asesorados por amigo, lo cual representa inicio de nuevos proyectos basado en percepciones y no en conocimiento sólido en materia de planificación estratégica ni de negocios.

En Venezuela hay un elevado índice de actividad emprendedora temprana, Rivero (ob. cit.) en artículo Emprendimiento en Venezuela hace referencia que para el 2012, ocupó el lugar 11 de 54 países evaluados, con 15,4%. Sin embargo, a partir del 2019 que fue la etapa pandemia y la agudización de la crisis económica se generó una activación exponencial de la misma, sin planificación estratégica, ni un modelo de negocio, así como ausencia de planes y actividades que los lleven hacia las metas, debido a situaciones o eventos futuros que se dan por los cambios del ambiente en que opera el emprendimiento. A pesar de todo esto, existe un riesgo latente de que fracasen, los factores que contribuyen en el declive de un emprendimiento son diferentes, en especial cuando no se cuenta con un modelo de negocio claro.

El término modelo de negocio ha sido atribuible al autor Peter Drucker (1954), quien introdujo primeramente el concepto de estrategia al hablar de negocios, cuando en su época la palabra estrategia se aplicaba solamente al ámbito militar, sin embargo, posteriormente refiere modelo de negocio como una manera de asegurar los rendimientos financieros a través de las organizaciones. Por otro lado, la planificación estratégica es importante para los emprendimientos porque une las fortalezas comerciales con las oportunidades de mercado y brinda una dirección para cumplir con los objetivos.

Además, se analiza las metas y los objetivos para cada área del negocio, la administración, la mercadotecnia, las ventas, los clientes, los productos, los servicios y las finanzas. Estas áreas comerciales se distribuyen en un sistema integrado que permite que la organización pueda trazar una ruta de manera exitosa y encaminarse a cumplir sus metas.

En el año 2011, Alexander Osterwalder e Yves Pigneur crearon el modelo de negocio CANVAS, una herramienta que se ha ido popularizando debido a la forma en la que está constituida, ya que ayuda a las empresas a crear, desarrollar y crear valor. Consiste en colocar sobre un lienzo o cuadro nueve elementos esenciales de las empresas (Segmento de clientes, Propuesta de valor, Canales, Relación con los clientes, Flujo de ingreso, Recursos clave, Actividades claves, Aliados claves, Estructura de costes) y probar estos elementos hasta encontrar un modelo sustentable en valor para crear un negocio exitoso.

Según Martin Zwilling, mentor de startups, el mayor factor que lleva al fracaso a una empresa es la falta de un modelo de negocios, al no tener plasmadas todas las ideas que se tienen como emprendedores, se irá perdiendo el camino a seguir para alcanzar los objetivos. En este sentido el emprendimiento denominado en certificado de Emprender Junto “Noraima Merlo”, ubicado en el Caserío el Picure Municipio Urachiche, que realiza la actividad económica de manufactura en producto de salud, belleza y alimentación. El mismo no cuenta con socio si no un único dueño Noraima Merlo adicional tiene 2 trabajadores uno en área Operativa y otro en área de Venta.

Entre los productos que ofrece se encuentra la Crema Mentolada con árnica y chichiguase para dolores musculares, Crema de Eucalipto para pies cansados, tortas de zanahoria y auyama; sin ningún modelo de negocio ni estrategias filosóficas, ni instrumentos adecuados de planificación para alcanzar propósitos, objetivos y metas de ventas, ni contabilidad que favorecerá a mejorar desempeño de actividad laboral, pudiendo realizarse

acciones o inversiones innecesarias que a la larga perjudicarán al emprendimiento e incluso poner en riesgo su continuidad. En la actualidad emprendimiento “Noraima Merlo” cuenta con un mercado muy selectivo, provoca un bajo reconocimiento por parte de clientes potenciales, lo que conlleva a un bajo nivel de ventas, poca participación en el mercado y falta de posicionamiento dentro del mismo.

Por lo antes expuesto se propone planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión Emprendimiento Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy. Tomando como referencia toda cumulo de conocimiento, para la cual se plantean las siguientes interrogantes: ¿Cuál es la situación real del emprendimiento Noraima Merlo?, ¿Cuáles son los recurso técnico, operativo, económico y mercado que requiere el emprendimiento Noraima Merlo para funcionar?, ¿Cómo se puede aplicar la planeación estrategia para mejorar la gestión del emprendimiento Noraima Merlo?, Para responder a las interrogantes planteadas se formularon los siguientes objetivos

Objetivos

General

Proponer una planeación estratégica aplicando el modelo de negocio canva en la gestión del emprendimiento Noraima Merlo, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy.

Específicos

- 1.-Diagnosticar la situación actual en que se encuentra el emprendimiento Noraima Merlo
- 2.-Analizar los elementos del modelo canvas que inciden en la gestión del emprendimiento Noraima Merlo.
- 3.-Diseñar planeación estratégica aplicado modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento Noraima Merlo

Justificación e Importancia

La presente propuesta investigativa da respuesta a una problemática, como lo es la ausencia de planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy. Es decir, contar con un modelo de negocios resulta ser clave para la comprensión del negocio, así como una mejor organización, e implementación de estrategias de planeación y de mercadotecnia.

De allí que este estudio, reviste una importancia desde el punto de vista económico ya que los sectores de salud, belleza y alimentación forma parte esencial de la economía productiva y social tanto del municipio Urachiche, como del estado Yaracuy así como el resto del país, por ser generador de riqueza, prosperidad y empleabilidad cualificada.

En el ámbito social es significativo el impacto de la investigación ya que el mismo permitirá el desarrollo del emprendimiento, específicamente en uso de ingredientes propios de la zona como árnica, eucalipto entre otros dándole un valor agregado a plantas medicinales autóctonas.

Además de tener una relevancia académica porque servirá de ayuda y orientación para realizar investigaciones posteriores que estén relacionadas con la planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento, también contribuirá como antecedente para futuras tesis de pregrado y posgrado.

Alcance de Investigación

- 1.** Se determinó la viabilidad del emprendimiento, su rentabilidad, sus ventajas, y su monto de inversión.
- 2.** Se determinó los elementos claves para desarrollar el lienzo de negocio a través de Canva.
- 3.** Se definió un plan estratégico aplicando el modelo de negocio Canva para que el emprendimiento se realice óptimamente y poder obtener máximos rango de ganancia.

4. Lograr el liderazgo en el mercado del estado Yaracuy, en el área de salud principalmente con producto valor “Crema mentolada de árnica”.
5. Generar líneas de investigación que motiven a los profesionales en formación e investigadores continuar profundizando en estudios relacionados al emprendimiento y la utilización de herramienta de modelos de negocios

MOMENTO II

SOPORTE CONCEPTUAL

El soporte conceptual o marco teórico permite delimitar la investigación sobre planteamientos, hipótesis o hechos relacionados con el tema en cuestión a fin de establecer cuáles son los elementos que se tomarán en consideración para un mejor desarrollo de la investigación, adecuándola a los requerimientos de la misma, tratando siempre de solucionar y mejorar la problemática existente.

El marco teórico, se define según Rojas (2002) citado en Hernández, Fernández y Baptista (2010) es el proceso y producto de exponer y analizar las teorías, las conceptualizaciones, las investigaciones previas y los antecedentes en general que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio” (p. 52). Para efectos de esta investigación este momento estará compuesto por hallazgos encontrados en investigaciones anteriores, bases teóricas, sustentación legal en las que se apoya la investigación, aplicando de la misma manera un razonamiento a través de comentarios y citas textuales.

A continuación, se procede analizar los aportes del planteamiento anteriormente indicado, conjuntamente con los fundamentos teóricos que sirven de base para sustentar la investigación.

Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes de la investigación se refieren a la revisión de trabajos previos sobre el tema en estudio, realizados en instituciones de educación superior. Toda investigación requiere de una revisión previa de estudios relacionados que sirvan como referencia, en tal sentido Hernández et al. (2010) aportan que:

Conocer lo que se ha hecho con respecto a un tema ayuda a no investigar sobre algún tema que ya se haya estudiado a fondo a estructurar más formalmente la idea de investigación, a seleccionar la perspectiva principal desde la cual se abordará la idea de investigación. (p.28)

Instituyen fuentes primarias, ya que aportan los datos del estudio, sean de naturaleza numérica o verbal: muestra, población, categorías emergentes, resultados y validaciones, entre otros. Los antecedentes pueden ser trabajos de grado, postgrado, trabajos de ascenso, resultados de investigaciones institucionales, ponencias, conferencias, congresos, revistas especializadas.

En virtud de lo anterior, Loo y Mora (2021) realizaron una investigación titulada ***“Modelo canva: análisis de herramienta para fortalecer emprendimientos en el centro de la ciudad de Guayaquil”***, en Universidad de Guayaquil para obtener título de licenciado en administración de empresa en Ecuador. El objetivo general fue el desarrollo modelo canvas un análisis de herramienta para fortalecer emprendimientos en el centro de la ciudad de Guayaquil. La misma se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y cualitativo, descriptivo, no experimental. Para la recopilación de información se utilizaron métodos primarios, mediante el cuestionario que se realizó a los 60 emprendedores en el centro de Guayaquil y la entrevista a un emprendedor de un negocio del sector. Los resultados reflejaron poco conocimiento de la herramienta del modelo canvas, por lo que afecta el propósito del emprendimiento y muy pocos emprendedores se adaptan al cambio por el desarrollo del modelo canvas en sus negocios.

El estudio permitirá al investigador adquirir bases teóricas que se utilizaran como referencia para realizar la planificación estratégica. Otro aporte es apoyo con respecto al basamento metodológico de la investigación, que incidirán propuesta de mejoras que influirá en el rendimiento de la producción del emprendimiento y del buen funcionamiento del mismo.

Según Ayala, y González (2018), quienes elaboraron un estudio de investigación titulado ***“Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Distribuidora de Aceites, Jabones Naturales y Gel”*** en Universidad Estatal de Milagro Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales, Trabajo de Titulación de Grado Previo a la obtención del Título de Licenciada en Gestión Empresarial en Ecuador. La investigación se ubicó en el método cuantitativo, apoyado en un diseño de campo de tipo descriptivo. Los resultados de investigación evidenciaron lo importantes de realizar un plan de negocios antes de la puesta marcha, ya que examina la viabilidad técnica, ambiental, la situación financiera y social. Detalla los procedimientos empresariales y el desarrollo de estrategias para obtener un rendimiento real y que la empresa alcance sus objetivos. Ya que este permite tener las metas claras y de manera constante para lograr mantener una ventaja en relación a los competidores.

Las investigaciones antes mencionadas representan una referencia fundamental para la elaboración del instrumento de investigación y en la propuesta que se materializa con lienzo de negocio Canva .

De igual modo, Gutiérrez (2018), realizó el estudio denominado “*Modelo de negocio para un nuevo emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano. (Basado en las metodologías lean startup y canvas)*”. Trabajo de Grado presentado ante la Dirección de Postgrado de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Carabobo para optar al Título de Magíster en Ingeniería Industrial. Esta investigación se realizó bajo un enfoque metodológico mixto (análisis cuantitativo y cualitativo), tipo descriptivo, con un diseño de investigación de campo, no experimental del tipo transaccional.

Los experimentos fueron realizados en un periodo de tiempo de siete (7) días, logrando un alcance total de trece mil trescientos sesenta dos (13.362) personas que conocieron del producto, e interactuando directamente con setenta (70) personas, logrando validar las diferentes hipótesis planteadas, demostrando que se está en presencia de un startup, con extrema incertidumbre. Se definieron propuestas de valor para cada segmento de mercado descubierto y su respectivo modelo de negocio. La validación de los instrumentos se realizó a través del juicio de expertos en la metodología y en emprendimientos.

Recomendando finalmente continuar con el plan de negocio y análisis permanente de la situación social, económica y política del país que se podría traducir en cambios en el modelo de negocio y evaluar la posibilidad de financiamiento, es decir, obtener fondos para iniciar o continuar las operaciones, a través de inversionistas. Tal estudio resulta de gran apoyo para el presente pues al igual que en este se determinará la necesidad de implementar un modelo de negociación a partir de una planificación. Así como marco teórico de referencia.

Bases Teóricas

Las Bases Teóricas en una investigación son la recopilación ordenada de la información, que siguen un criterio adecuado a la investigación que se realiza. Como lo define Hernández, S. y otros (2004), “uno de los propósitos de la revisión de la literatura es analizar y discernir si la teoría existente y la investigación anterior sugieren una respuesta a la pregunta de investigación” (p.82). Es necesario conocer los aspectos conceptuales teóricos relacionados con

el tema que se desarrolla. Es decir, las bases teóricas representan fundamentalmente una exhaustiva revisión de las principales propuestas similares al estudio, para ello se consideraron una serie de conceptos relevantes relacionados con la temática.

Planeación Estratégica

Planeación

Según Robbins y Coulter (2005) “Es el acto de definir las metas de la organización, determinar las estrategias para alcanzarlas y trazar planes para integrar y coordinar el trabajo de la organización” (p. 19). Es decir, es un proceso de toma de decisiones para el logro de los objetivos, que hacemos antes de efectuar una acción; es decir una toma de decisiones anticipada, donde se decide lo que se va hacer y cómo se va a realizar; antes de que se necesite actuar.

Estrategia

La estrategia entendida desde un punto de vista académico se empieza a valorar seriamente en la década de 1960 según Ansoff (1976), “son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica”. A partir de este momento, se reconoce su formalización, aunque previamente ya era puesta en práctica en administración. Aportando determinar patrones objetivos que permitan desarrollar viabilidad y continuidad a los propósitos de la organización

Planeación Estratégica

Serna (2000) la define como “Es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación activa de los actores organizacionales, la obtención permanente de información sobre sus factores claves de éxito, su revisión, monitoría y ajustes periódicos” (P.39). La Planeación Estratégica, es una planeación corporativa a largo plazo, se enfoca en la formulación de los objetivos, como los medios para alcanzarlos, es decir, se orientan a los fines como a los medios y se realiza a partir del análisis del ambiente interno y externo de la organización. Las principales características que se le atribuyen a la Planeación Estratégica se tiene:

- 1 Es original, en el sentido que constituye la fuente u origen para los planes específicos subsecuentes.
- 2 Es ejecutada por los más altos niveles jerárquicos de dirección.
- 3 Establece un marco de referencia general para toda la organización.
- 4 Se maneja información fundamentalmente externa.
- 5 Afronta mayores niveles de incertidumbre en relación con los otros tipos de Planeación.
6. Normalmente cubre amplios períodos.
7. No define lineamientos precisos y su parámetro principal es la efectividad.

Modelo de Negocio Canva

Modelo de negocio

Una definición admitida según señala Megías (2011) experto en estrategia y modelos de negocio, “cómo una empresa crea, desarrolla y captura valor. Pero esto es muy etéreo. Al final, el modelo de negocio es una visión, un conjunto de todo lo que es tu negocio” (p. 1). Es decir, un modelo, nos ayudará a saber qué es lo que va a pasar, quién va a pagar qué, cuándo y por qué. Ya en la década de los ochenta se comenzaba hablar acerca de modelos de negocio, para Derek Abell en 1980 los modelos de negocio, debían ser la suma de las respuestas a tres preguntas fundamentales e interrelacionadas en una empresa:

¿A quién debo dirigirme como clientes?; ¿Qué productos o servicios debo ofrecerles?

¿Cuál debería ser mi propuesta de valor (diferenciada)?; y, por último

¿Cómo debo hacer esto de una manera eficiente? (Markides 2008, 5)

En años recientes se han propuesto diversas metodologías para la generación de modelos de negocio, dichas metodologías han sido promovidas en mayor medida sobre el ámbito de la aplicación y menor medida sobre el ámbito académico, razón por la que aún quedan pendientes tanto su formulación académica, como un análisis exhaustivo demuestre su eficacia. Es así que, algunos autores plantean emplear técnicas o herramientas de creatividad con gran difusión buscando diseñar nuevos modelos de negocio o a su vez alterar elementos de modelos existentes;

sin embargo, es de suma importancia no confundir la herramienta creativa con el elemento sobre el que se aplicará dicha herramienta (Mateu Céspedes y March Chordá 2015).

En ese orden de ideas, se pueden utilizar varios tipos de construcciones capaces de modelar el negocio, de acuerdo al enfoque teórico que manejen estas diferirán en la forma de hacerlo, algunos ejemplos son:

- a) Cadena de valor (Porter 2015b)
- b) La desagregación del negocio (Hagel y Singer 1999),
- c) Diagrama causal de bucle (Casadesus-Masanell y Ricart 2010)
- d) El lienzo del modelo de negocio (Osterwalder, Pigneur, y Vázquez 2012).

Método Canvas como herramienta de decisión estratégica

Con la premisa que las empresas que desarrollen un modelo de negocios tienen casi asegurada la creación de valor agregado, en el último tiempo se ha hecho muy común entre gerentes referirse al método Canvas como una herramienta para alcanzar un modelo de negocio óptimo. Hay coincidencia en que, para lograrlo, además, se necesita la participación de un grupo de trabajo interdisciplinario donde se combinen habilidades analíticas con pensamientos creativos. Y si se considera que un porcentaje elevado de los emprendedores falla por problemas en el modelo de negocio, resulta fundamental contar con una herramienta que permita identificar este modelo de forma clara, para no quedar fuera de la idea empresarial.

Este nuevo paradigma para hacer negocios supone una importante herramienta para quienes toman decisiones estratégicas, los que la ven como una aliada a la hora de promover nuevos negocios, crear empresas o agregar valor a lo que ya existe. Esta herramienta describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. Según el propio Canvas, incluso para una publicación independiente de un libro, se puede pensar en un nuevo modelo de negocio que funcione.

Metodología Canvas

Uno de los puntos más importantes de la idea de Osterwalder y Pigneur fue la simplificación de la metodología. Aunque inicialmente su propuesta fue publicada en su tesis doctoral sobre ontología de los modelos de negocio, en 2004, cuando apareció oficialmente el

libro acerca del modelo Canvas se observó que era realmente sencillo implementar los nueve pasos de su propuesta:

1. Definir bien la propuesta de valor, en otras palabras, saber por qué somos innovadores y qué nos diferencia de nuestra competencia y nos acerca a potenciales clientes. El objetivo es de definir el valor creado para cada segmento de clientes describiendo los productos y servicios que se ofrecen a cada uno. Para cada propuesta de valor hay que añadir el producto o servicio más importante y el nivel de servicio. Aquí es muy importante descubrir cómo queremos generar valor para nuestros clientes, con propuestas novedosas e innovadoras. Responde a la pregunta ¿el qué?

2. Relación con el cliente: establecer la relación que mantendremos con los clientes. Aquí se identifican qué recursos de tiempo y monetarios se utilizan para mantenerse en contacto con los clientes. Por lo general, si un producto o servicio tiene un coste alto, entonces los clientes esperan tener una relación más cercana con la empresa. Se debería analizar aquí qué tipo de relación espera el cliente y qué relación se tiene ahora.

En realidad, la clave aquí es cómo se va a conectar la propuesta de valor con el cliente, que está relacionado con la sensación que se quiere que produzca la marca en el cliente. En realidad, supondría conocer la marca y valorar qué sensación se trasmite al cliente.

3. Delimitar los canales de comunicación, distribución y de estrategia publicitaria que se seguirá para fortalecer nuestra marca e idea de negocio. Se resuelve la manera en que se establece contacto con los clientes. Se consideran variables como la información, evaluación, compra, entrega y posventa.

Como explica Osterwalder en el libro comentado anteriormente (2011) pueden utilizar y combinar diferentes canales (directos e indirectos y propios y de socios). Así, un modelo podría elegir y/o combinar entre un equipo comercial propio, una tienda on line, una tienda física propia de terceros, mayorista, etc.

4. Segmentar los clientes para conocer el nicho de mercado y las oportunidades de nuestro negocio. El objetivo es agrupar a los clientes con características homogéneas en segmentos definidos y describir sus necesidades, averiguar información geográfica y demográfica, gustos, etc. Después, uno se puede ocupar de ubicar a los clientes

actuales en los diferentes segmentos para finalmente tener alguna estadística y crecimiento potencial de cada grupo. Estos clientes resultan ser los más importantes dentro del modelo, saber y conocer perfectamente nuestros clientes. En realidad, respondería a la pregunta ¿Para quién?

La propuesta de valor es importante, pero no más que los clientes. Son el centro de cualquier modelo, porque sin clientes no hay negocio.

5. Fuentes de ingresos. Este paso tiene como objetivo identificar qué aportación monetaria hace cada grupo y saber de dónde vienen las entradas (ventas, comisiones, licencias, etc.). Así se podrá tener una visión global de qué grupos son más rentables y cuáles no. Determinar las fuentes económicas de nuestra idea de negocio es un aspecto fundamental si queremos tener éxito. En realidad, supone explicar cuál es el valor que están dispuestos a pagar los clientes por los productos. Cualquier emprendedor tiene que conocer antes cómo se va a rentabilizar, aunque luego se vayan cambiando cosas a medida que vayan surgiendo nuevas opciones.
6. Actividades clave. En esta etapa es fundamental saber qué es lo más importante a realizar para que el modelo de negocio funcione. Utilizando la propuesta de valor más importante, los canales de distribución y las relaciones con los clientes, se definen las actividades necesarias para entregar la oferta. Conocer las actividades clave que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas, es decir, qué actividades claves necesito desarrollar para generar valor en el producto o servicio. Esta es una de las piezas más complicadas de definir dentro de un modelo de negocio porque de ella depende que se tenga claro y que se transmita al mercado qué es y qué se quiere ser al construir un negocio.
7. Recursos clave. Después de haber trabajado con los clientes, hay que centrarse en la empresa. Para ello, hay que utilizar los datos obtenidos anteriormente, seleccionar la propuesta de valor más importante y relacionarse con el segmento de clientes, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, y los flujos de ingreso. Así, se conocerán cuáles son los recursos clave que intervienen para que la empresa tenga la capacidad de entregar su oferta o propuesta de valor. Identificar los activos y recursos clave que necesitaremos como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea

empresarial. La pregunta que se debería hacer sería qué recursos claves son necesarios para generar valor en los productos.

Cómo se va a hacer la propuesta de valor y con qué medios se va a contar: humanos, tecnológicos, físicos (locales, vehículos, naves, puntos de venta, etc.). Del estudio y análisis de este elemento depende, en gran parte, que el negocio llegue a ser viable, no tanto porque la propuesta de valor encaje en el mercado y haya clientes dispuestos a pagar por los productos y/o servicios sino más bien porque mayores o menores recursos requerirán de mayores o menores esfuerzos financieros, intelectuales, de acuerdos con terceros, etc.

8. Alianzas, Asociaciones claves. Es fundamental realizar alianzas estratégicas entre empresas, joint ventures, gobierno, proveedores, etc. En este apartado se describe a los proveedores, socios y asociados con quienes se trabaja para que la empresa funcione. Hay que tener en cuenta los socios clave con los que establecer contactos y alianzas para el negocio. En otras palabras, definir las estrategias de networking con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes. Este bloque es muy importante ya que se debe definir cuáles serán los socios estratégicos en proveedores, clientes y accionistas entre otros.
9. Estructura de costos. Aquí se especifican los costes de la empresa empezando con el más alto (marketing, producción, etc.). Luego se relaciona cada coste con los bloques definidos anteriormente, evitando generar demasiada complejidad. Posiblemente, se intente seguir el rastro de cada coste en relación con cada segmento de cliente para analizar las ganancias. Marcar las estructuras de costes, para llegar a saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que ofrecerá nuestra idea de negocio es muy importante para saber qué estructura de costos se va a implementar, ya que en este punto sabremos qué utilidad podría tener de un negocio.

El emprendimiento y el Modelo Canvas

A partir de la segunda mitad del siglo XVIII al iniciar la revolución industrial, inicia también el auge del emprendimiento a nivel mundial, es así que varios autores y pensadores comenzaron con el análisis de la empresa y sus diferentes componentes, con ello inicia también

el estudio de modelos o planes de negocio, mismos que se han convertido en una pieza fundamental para el desarrollo de iniciativas para la creación o innovación en los negocios.

Continuando las ideas, diversas son las definiciones del término emprendimiento. Drucker (1985) “El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo” (p.19). El emprendimiento es tomar decisiones y acciones humana, creativas que permitan construir algo de valora partir de prácticamente poco. Dando aporte a esta investigación en la capacidad humana de innovar y provocar cambios, el emprendimiento es la capacidad de transformar y mejorar.

Según Bittan (2017), “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 otros. Principalmente tiene una cuota de incertidumbre y de innovación” (párr.1). Así pues, el emprendedor busca crear su empresa, pero para que la misma tenga éxito y consiga buenos resultados hay que tener visión, control de los pasos que realiza y búsqueda permanente de las oportunidades que brinda el mercado y lo que pueda cubrir u ofrecer con los productos y servicios que está desarrollando.

Al emprendimiento se suma el método canvas, considerado un modelo integral analizar la empresa como un todo y que sirva como base para desarrollar diferentes modelos de negocios. Se ha convertido en una herramienta de Innovación Estratégica. Creado por Osterwalder Osterwalder y Pigneur en el año 2011, se trata de una herramienta simple, práctica y aplicable a la estrategia, el emprendimiento y la innovación. La palabra “Canvas” significa lienzo en inglés, de allí que se pueda escenificar el análisis de una empresa en un solo lienzo, en un solo papel.

Según Osterwalder y Pigneur (2011) “un modelo de negocio fundamentado en la innovación se basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente. Este modelo consta de nueve apartados” (p. 14). Sin embargo, los mismos se pueden establecer en cuatro (4):

- a) Conocer al cliente.
- b) Identificar qué problemas o necesidades tiene
- c) Definir una solución
- d) Saber cuánto estaría dispuesto a pagar por ello.

De allí que el lienzo de negocio del emprendimiento Noraima Merlo permite tener una ruta definida que permitirá gestión óptima.

Sustentación Legal

Las bases legales constituyen una revisión fundamental en el proceso de investigación, y se fundamenta en la revisión exhaustiva y detallada del cuerpo jurídico en el que se basa y sobre el cual se investiga. En este caso particular, tal revisión se ampara principalmente en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV, 1999, Gaceta Oficial número 36.860) cita en sus artículos 299 y 300 respectivamente lo siguiente:

Artículo 299: El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado, conjuntamente con la iniciativa privada, promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para lograr una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática, participativa y de consulta abierta.(p.p 315-316)

Artículo 300. “La ley nacional establecerá las condiciones para la creación de entidades funcionalmente descentralizadas para la realización de actividades sociales o empresariales, con el objeto de asegurar la razonable productividad económica y social de los recursos públicos que en ellas se inviertan.” (p.316)

Como puede observarse C RBV, el Estado hace uso de la política comercial para defender las actividades económicas de las empresas nacionales públicas y privadas garantizando fuentes de trabajo y una justa distribución de las riquezas y la creación de entidades descentralizadas

para la realización de actividades sociales empresariales, para asegurar la productividad económica de los recursos públicos, respectivamente.

En el Capítulo VII contiene las normas relativas a los derechos económicos y específicamente se considera pertinente hacer referencia al texto del artículo:

Artículo 112: Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país. (p.227)

De acuerdo con este artículo todos los ciudadanos tienen el derecho a realizar actividades de económicas según su preferencia. Es por ello que la propuesta de aplicación de una planificación estratégica a través de modelo CANVAS como herramienta de gestión emprendimiento Noraima se ajusta a los derechos económicos que tienen las personas, naturales o jurídicas, de realizar actividades económicas en el país.

En Gaceta Oficial Nro. 6.656 Extraordinario de fecha 15 de octubre de 2021, se publicó la Ley para el Fomento y Desarrollo de Nuevos Emprendimientos (Ley de Nuevos Emprendimientos), la cual tiene por objeto “promover el desarrollo de nuevos emprendimientos y una cultura emprendedora orientada al aumento y diversificación de la producción de bienes y servicios, el despliegue de innovaciones y su incorporación al desarrollo económico y social de la Nación” (p.1)

Sistema de Variables

Según Palella y Martins (2012) las variables "son elementos o factores que pueden ser clasificados en una o más categorías, es posible medirlas o cuantificarlas, según sus propiedades o características". (p.67). Es decir, la variable consiste en proceso metodológico que se

descomponen en elementos más sencillos, aptos a ser medidos a través de la aplicación de algún instrumento.

En este sentido, la Operacionalización de variables se realizará en función de las dimensiones que representan el área o las áreas del conocimiento que integran la variable y de la cual se desprenden los indicadores. Asimismo, los indicadores son los aspectos que se sustraen de las dimensiones, los cuales van a ser objeto de análisis en la investigación. A continuación, se presenta el cuadro de Operacionalización de variables.

Cuadro N.º 1
Cuadro de Operacionalización de Variables

Objetivo General: Proponer una planeación estratégica aplicando el modelo de negocio canva en la gestión del emprendimiento Noraima Merlo, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy.					
Objetivo específico	Variable	Dimensiones	Indicador	Instrumento	Ítems
Diagnosticar la situación actual en que se encuentra el emprendimiento Noraima Merlo	Situación Actual del emprendimiento	Planificación	-Misión, visión, valores	<i>Cuestionario</i>	1
		Organización	-Lineamientos, normas y objetivos		2
			-Toma de decisiones		3
			-Materiales, tecnológicos, humanos		4
Analizar los elementos del modelo canvas que inciden en la gestión del emprendimiento Noraima Merlo	Gestión	Modelo canvas	-Propuesta de valor		5
			-Alianzas y actividades claves		6
			-Relación con los clientes		7
			- Recursos claves		8
			- Canales		9
			-segmentos de clientes		10
			-Estructura de costos		11
			-Fuentes de ingresos-		12
Diseñar planeación estratégica aplicado modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento Noraima Merlo					

Fuente: Hernández W. (2023)

MOMENTO III

ORIENTACIONES PROCEDIMENTALES

En las orientaciones procedimentales o marco metodológico se reseña el paradigma, tipo de investigación, diseño de la investigación, población y muestra, técnica e instrumento de recolección de datos y técnica de análisis. Lo anteriormente señalado, dependerá de la profundidad de la investigación.

Para Palella y Martins (2017), “el marco metodológico está referido al momento que alude al conjunto de procedimientos lógicos, tecno-operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos” (p.56). Es el momento a partir de la cual el investigador debe prever sus estrategias a seguir para abordar los hechos, es decir, para formular el modelo operativo que le permita acercarse a su objeto de estudio y contrastar así la realidad con sus planteamientos.

Naturaleza de la Investigación

Para toda investigación es importante que los hechos y relaciones que establece, los resultados obtenidos o nuevos conocimientos, tengan el grado máximo de exactitud y confiabilidad. Para ello se planea una metodología o procedimiento ordenado que se sigue para establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales está encaminado el significado de la investigación.

La presente investigación se encuentra dentro de un paradigma positivista, según Ramírez, Y. (2015) “También llamado paradigma cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, ha sido considerado el modelo dominante en las ciencias sociales hasta tiempos... El positivismo busca solo hechos y sus leyes. No causas ni principios de las esencias o sustancias.” (pág. 1).

A su vez, se encuentra bajo un enfoque cuantitativo, como lo define Arteaga, G. (2020) el enfoque cuantitativo es aquel que “se centran en mediciones objetivas y análisis estadístico, matemático o numérico de los datos recopilados mediante encuestas, cuestionarios y encuestas, o mediante el uso de técnicas informáticas para manipular los datos estadísticos existentes. La

investigación cuantitativa se centra en recopilar y generalizar datos numéricos entre grupos o explicar un fenómeno en particular.” (parr.1). Para la toma de recolección se utilizarán las técnicas de recolección de información y análisis de datos a través de la encuesta y sus resultados se mostrarán a través de gráficos.

En este aspecto, se plantea como una investigación de campo, establece Áreas, E. (2020) “La investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema.” (p.1). Mediante la encuesta y observación se obtendrán datos directos que permitan obtener una información veraz y de primera mano.

Así mismo el tipo de investigación empleada es de campo descriptiva, ya que trata sobre describir, analizar e interpretar la naturaleza actual, se trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta a través de la Elaborar planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”.

Población y Muestra

La población de estudio, son todos los individuos que desarrollan sus actividades dentro la Emprendimineto Noraima Merlo, en relación al tema el autor (Hernández, 2014). Expresa que “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” En el presente estudio el número de personas expuestas es:

Cuadro N° 2

Distribución de la Población

POBLACION	AREA DE TRABAJO
3	DUEÑO 1
	AREA OPERATIVA 2
	AREA VENTA 1
TOTAL	4

Fuente: Hernández W. (2023).

La muestra es objeto de estudio al respecto, Bavaresco (2014), refiere que “no es más que un subconjunto de la población, con la que se va a trabajar”. (p. 92). De acuerdo a Lerma (2014), define la muestra como “una parte 30% (sub-conjunto) de la población obtenida con el propósito de investigar propiedades que posee la población” (p. 84)

Según Palella (2012), señala que “la muestra se realiza cuando: la población es tan grande o inaccesible que no se puede estudiar toda, entonces el investigador tendrá la posibilidad seleccionar una muestra. El muestreo no es un requisito indispensable de toda investigación, eso depende de los propósitos del investigador, el contexto, y las características de sus unidades de estudio”. (p. 141). Una muestra como su nombre lo indica es porción de la población total a ser investigada, va depender de varias condiciones que la delimitan.

Para este propósito, se dispone de una muestra censal, que representa el 100% de la población, es decir serán encuestadas 04 personas entre ellas se encuentra dueña, dos (2) que se encargan de realizar las actividades de producción y una (1) en área de venta.

Aunado a esto la muestra será tomada a través de una fórmula de cálculos estadísticos que fácilmente se podrá aplicar el instrumento dirigido a ellos, incluso, permitirá una visión más condensada de la situación en cuanto a planeación estratégica en el emprendimiento Noraima Merlo.

Técnica e instrumentos para la recolección de datos

Técnicas:

Según Arias (2012) "Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades: oral o escrita (cuestionario), la entrevista, el análisis documental, análisis de contenido” (p. 111)

En este sentido, las técnicas de recolección de datos que fueron utilizadas en la presente investigación son la observación directa y la encuesta. Las mismas se definen a continuación

Se trata de una investigación de campo donde se toman las realidades sobre los hechos y estudio descriptivo a través de la técnica de la encuesta, y de tipo cuantitativo, según lo expresa

en el cuadro comparativo de los paradigmas cuantitativo y cualitativo” Cook y Reichardt (1995), “un paradigma cuantitativo utiliza técnicas cuantitativas de recolección y análisis de los datos” ya que se utilizan instrumentos de recolección de datos: Observación directa, revisión bibliográfica y encuestas a través de un cuestionario de preguntas.

Observación Directa: Es una forma discreta y sencilla de inspeccionar datos sin depender de un intermediario, es la más común de todas, la misma se caracteriza por no ser intrusivo y requiere evaluar el comportamiento del objeto de estudio por un tiempo continuo, sin intervenir. Esta técnica permitió evaluar si la Emprendimiento Noraima Merlo estaba equipada con los equipos necesarios, su ubicación y funcionamiento, así como para determinar si el personal cuenta y usa adecuadamente los equipos de protección entre otros. El autor Arias (2012. Pág. 69) señala al respecto, que la observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza, o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos.

Revisión bibliográfica: Se revisaron materiales sobre modelo de negocio Canva, leyes vigentes venezolanas e internacionales, con el fin de darle carácter legal a la investigación, así mismo se revisaron algunos documentos internos del emprendimiento como si existían diagrama de proceso y organigramas.

Cuestionarios o encuestas: Consiste en obtener datos directamente de los sujetos de estudio a fin de conseguir sus opiniones o sugerencias. Para lograr los resultados deseados con esta técnica es importante tener claros los objetivos de tu investigación. Según Arias (2006, pág. 74) el cuestionario “Es la modalidad de encuesta que se realiza en forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas” Los cuestionarios o encuestas brindan información más amplia; sin embargo, debes aplicarlos cuidadosamente. Para ello tienes que definir qué tipo de cuestionario es más eficiente para tus propósitos. Algunos de los más populares son:

1. Cuestionario abierto: se usa para conocer a profundidad la perspectiva de las personas sobre un tema específico, analizar sus opiniones y obtener información más detallada.
2. Cuestionario cerrado: sirve para obtener gran cantidad de información, pero las respuestas de las personas son limitadas. Pueden contener preguntas de opción múltiple o que se respondan fácilmente con un «sí / no» o «verdadero / falso».

Para la recolección de información se utilizó un cuestionario cerrado, aplicado a un (04) empleados. Se denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.

Estrategias procedimentales de desarrollo de la investigación

Se propone presentar las estrategias para el desarrollo del presente trabajo investigación respaldada en la aplicación de los instrumentos escogidos para la recolección de los datos en el emprendimiento Noraima Merlo, apoyada en los objetivos específicos planteados

Estudio Diagnóstico: Se realiza un diagnóstico del emprendimiento Noraima Merlo para determinar a través de la observación directa y de un cuestionario, la situación actual en cuanto a planeación, organización y recursos, en conversaciones con los empleados que laboran en planta artesanal, en el área operativa y en venta, así como la dueña. De allí se puede identificar el tiempo y esfuerzo invertido en la producción del producto valor Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa. Así como si el emprendimiento cuenta con misión, visión, valores, lineamientos, normas, objetivos, como se realizan toma de decisiones y materiales, tecnológicos, humanos. El diagnóstico permite detectar la necesidad de elaborar planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy

Analizar gestión de los elementos del modelo canvas: La segunda fase se ejecuta después de detectar la necesidad de un Planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy. Se analizó la gestión de los elementos del modelo canva como lo es: Propuesta de valor, Alianzas y actividades claves, Relación con los clientes, Canales, Recursos claves, segmentos de clientes, Estructura de costos y Fuentes de ingresos-

Es decir, se analizó las herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere la investigación, para la ejecución del proyecto se tiene recursos bibliográficos actualizados, recursos tecnológicos disponibles que dan un carácter técnico al mismo.

En ese mismo orden de idea se prepararon para identificar los puntos positivos y negativos antes de hacer una inversión de tiempo y dinero. En la presente investigación no se visualiza inversión

financiera significativa ya que es una Propuesta de Planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento plan de mejoras que la Empresa puede ejecutar a futuro. Adicional se verifico el talento humano capacitado dentro del emprendimiento que orientara sobre planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del mismo, así como tutores institucionales y empresariales dispuestos a realizar los aportes relevantes y significativos para que la propuesta sea considerada y valiosa para su ejecución.

Diseño de la Planeación estratégica: Una vez identificada la necesidad de implementar una Propuesta de planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento, y determinar la factibilidad de su ejecución, se procederá a ser diseñada, conformada por la presentación, justificación, objetivos, estructura, operatividad y viabilidad. (Ver anexo D)

Esta fase del diseño tendrá como propósito fundamental presentar, en función de los resultados del Diagnóstico, una propuesta de mejoras, con estructura teórica, legal, técnica operativa y con costos mínimos para su implementación.

Técnica y procesamiento de los datos

Los datos recopilados tanto en las encuestas como en la lista de verificación son tabulados en una tabla elaborada por la investigadora, señalando en las columnas el número de ítems y en las filas los sujetos. De acuerdo con Arias (2012), “la tabulación consiste en la presentación de los datos en tablas o cuadros formados por columnas”, (pág 134). La operación esencial en la tabulación es el recuento para determinar el número de casos que encaja en las distintas categorías. Así mismo se implementó una escala de ponderación tal como se puede visualizar el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 3.
Ponderación**

ALTERNATIVA DE RESPUESTA	PONDERACION +
Si	1
No	2

Fuente: Hernandez, W. (2023)

Validez y Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

Validez:

Hernández Baptista (2000) plantea que la validez; se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Para tal fin, el instrumento que se diseñará será sometido a un proceso de validación, a través de técnica del “juicio de expertos” (p.495).

El instrumento fue sometido a juicio de expertos, constituido por un especialista en el área de metodología de la investigación, un experto en redacción y estilo; así como a un Licenciada Contador Público experto en la materia, quienes ayudaron a validar el instrumento a través de sus opiniones referentes al contenido y la pertinencia del mismo, así como observaciones y sugerencias para mejorar el instrumento.

Se entregó a los expertos material contentivo de: título de la investigación, los objetivos, el cuadro de la operacionalización de las variables, instrumentos de recolección de datos y la matriz de validación que debe llenar, en la cual emitiera su respectiva opinión en cuanto a la coherencia de los ítems y los objetivos de la investigación, claridad y redacción, además de la adecuada presentación del instrumento, estas observaciones fueron vaciadas en una matriz de validación (Ver Anexo B) donde reflejaron sugerencias y la consistencia del mismo

Confiabilidad:

Para que los resultados de un instrumento puedan ser interpretables, es decir, para que tengan significado y valor heurístico, es necesario que los mismos sean confiables. Al respecto, para Chávez (2015), la confiabilidad representa el “grado de congruencia con que se realiza la medición de una variable” (p. 203). Para determinar la confiabilidad del cuestionario, se aplicará matriz de confiabilidad de consistencia interna (Ver Anexo C).

De acuerdo al valor obtenido, será basado bajo unos criterios de decisión para dar confiabilidad al instrumento que oscila entre 0 a 1, considerando los siguientes criterios: 4 excelente; de 3 Bueno, 2 Regular y 1 Deficiente. Para que los resultados de un instrumento puedan ser interpretables, es decir, para que tengan significado y valor heurístico, es necesario

que los mismos sean confiables. Al respecto, para Chávez (2015), la confiabilidad representa el “grado de congruencia con que se realiza la medición de una variable” (p. 203).

MOMENTO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS 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. El presente momento refleja el desarrollo de los métodos utilizados por el investigador para recabar la información obtenida mediante el instrumento aplicado en la entidad, con el propósito de sustentar la investigación, además de ello refleja los alcances de cada uno de los objetivos definidos al inicio del trabajo de investigación.

En esta parte del estudio se presentan los resultados, de acuerdo con los objetivos planteados, mediante el análisis e interpretación de los datos, cabe entonces señalar lo que al respecto establece Balestrini, M. (2004):

El propósito del análisis e interpretación es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuestas a las interrogantes de la investigación. Este proceso implica el establecimiento de categorías, la ordenación y manipulación de los datos para resumirlos y poder sacar algunos resultados en función de las interrogantes de la investigación (p.149).

Para ello se realizó el análisis de los resultados obtenidos en el instrumento diseñado para obtener información respecto al control de las cuentas por cobrar a través de un cuestionario aplicado en el emprendimiento Noraima Merlo, el mismo proporciono una visión general sobre la problemática que padece a nivel planificación estratégica en diversas áreas como por ejemplo la administrativa o contable de las cuentas por cobrar, logrando así apreciar algunas de las causas que lo originan, las mismas serán utilizadas para proponer las medidas correctivas y que aporten un pronta solución. el mismo proporciono una visión general sobre la problemática que padece a nivel administrativo y contable la área de las cuentas por cobrar, logrando así apreciar

algunas de las causas que lo originan, las mismas serán utilizadas para proponer el uso del modelo de negocio Canvas que aporten un pronta solución en la gestión del mismo.

De acuerdo a lo expuesto, se procedió a elaborar tablas y gráficos expresados de manera porcentual para facilitar la comprensión de los resultados, manteniendo el orden de las preguntas contenidas en el instrumento de recolección de datos. En consecuencia, en relación al objetivo de diagnosticar la necesidad de elaborar un Planificación Estratégica en el emprendimiento Noraima Merlo se tiene:

Ítems N° 1:

¿Considera usted que emprendimiento Noraima Merlo tiene misión, visión y valores establecidos?

Cuadro N° 4

Dimensión: Planificación Indicador: Misión, visión, valores

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

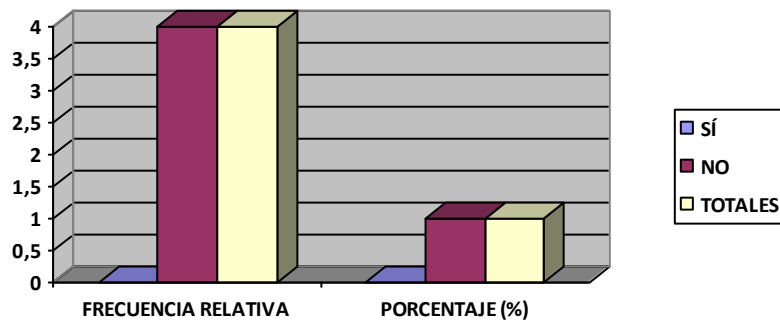


Gráfico N°1

Dimensión: Planificación Indicador: Misión, visión, valores

Análisis de los resultados: De acuerdo al grafico presentado, los datos arrojados al aplicar el instrumento a la muestra correspondiente, el 100% respondió de forma negativa, es decir que, emprendimiento Noraima Merlo no tiene establecido misión, visión y valores.

Ítems N°2:

¿Considera usted que en emprendimiento Noraima Merlo existen lineamientos, normas u objetivos que permiten organizar proceso productivo?

Cuadro N° 5

Dimensión: Organización Indicador: Lineamientos, normas y objetivos

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

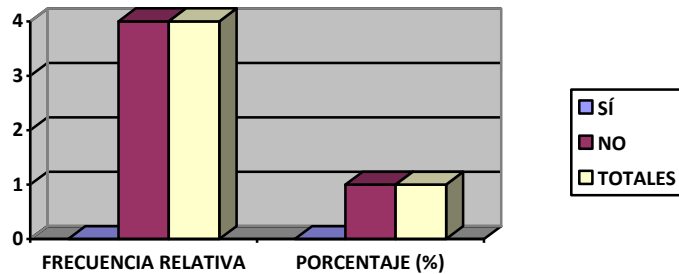


Grafico N°2

Dimensión: Organización Indicador: Lineamientos, normas y objetivos

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados obtenidos, el 100 %, respondió que el emprendimiento Noraima Merlo no dispone de lineamientos, normas u objetivos que permitan organizar proceso productivo del mismo.

Ítems N°3:

¿Considera usted que emprendimiento Noraima Merlo usa planificación estratégica para la toma de decisiones?

Cuadro N° 62

Dimensión: Organización Indicador: Toma de decisiones

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

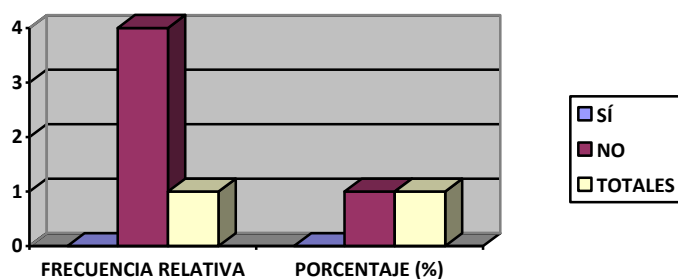


Grafico N°3

Dimensión: Organización Indicador: Toma de decisiones

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados obtenidos, la totalidad de la muestra, representada por el 100% respondió la opción que no, se usa planificación estratégica para la toma de decisiones.

Ítems N°4:

¿Considera usted que existe materiales, tecnológicos, humanos para implementar modelo Canva dentro del emprendimiento Noraima Merlo?

Cuadro N° 7

Dimensión: Recursos Indicador: Materiales, tecnológicos, humanos

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

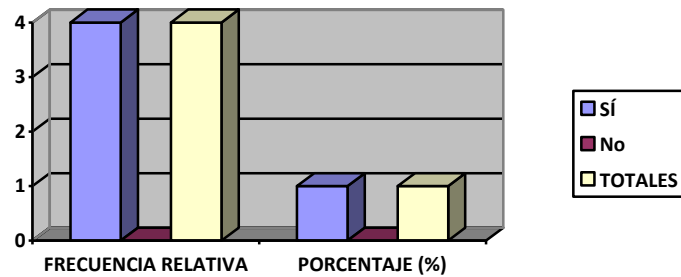


Grafico N°4

Dimensión: Recursos Indicador: Materiales, tecnológicos, humanos

Análisis de los resultados: En referencia a los datos obtenidos, se puede observar que un 100% de los entrevistados respondió que SI, dejando en evidencia, que existe materiales, tecnológicos, humanos para implementar modelo Canva dentro del emprendimiento Noraima Merlo.

Ítems N°5:

¿Considera usted que el emprendimiento dispone de una Propuesta de valor?

Cuadro N° 8

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Propuesta de valor

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

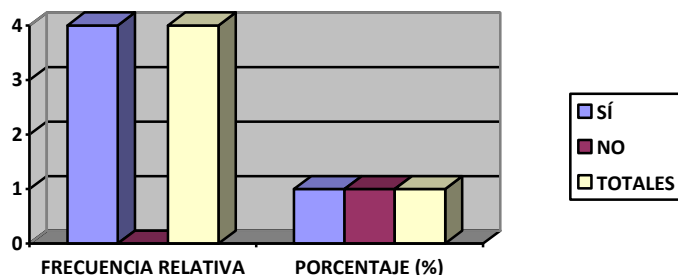


Grafico N°5

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Propuesta de valor

Análisis de los resultados: Los resultados que se obtuvieron en este ítem indican que, la mayoría de los entrevistados, es decir, el 100% de la persona encuestada, respondieron de forma afirmativa, demostrando que se dispone de una propuesta de valor.

Ítems N°6:

¿Considera usted que el emprendimiento dispone de Alianzas y Actividades claves?

Cuadro N° 9

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Alianzas y Actividades claves

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

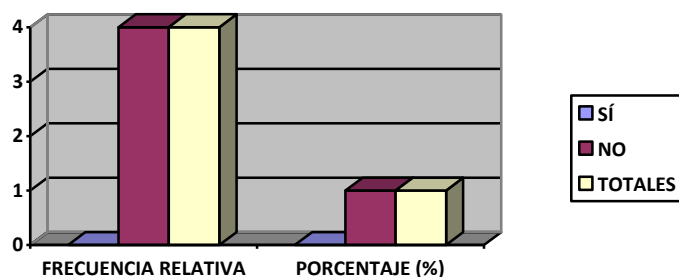


Grafico N°6

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Alianzas y Actividades claves

Análisis de los resultados: Los resultados que se obtuvieron en este ítem indican que, la mayoría de los entrevistados, es decir, el 100% de la persona encuestada, respondieron de forma negativa, demostrando que no dispone de Alianzas y Actividades claves la empresa sí está en condiciones operativa para implementar modelo de negocios Canvas.

Ítems N°7:

¿Considera usted que existe una relación con los clientes que garantiza el producir y colocar los productos?

Cuadro N° 10

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Relación con los clientes

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

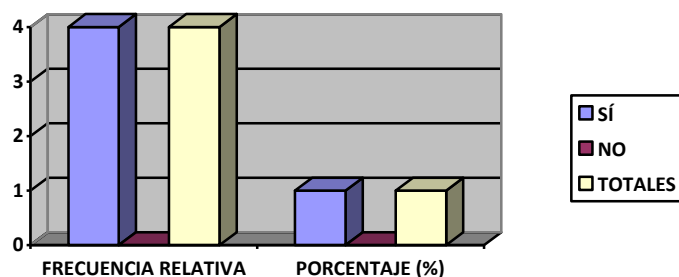


Grafico N°7

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Relación con los clientes

Análisis de los resultados: La totalidad de la muestra respondieron a la presente pregunta de forma positiva, expresando que considera si existe una relación con los clientes que garantiza el producir y colocar los productos.

Ítems N° 8:

¿Considera usted que emprendimiento Noraima Merlo cuenta con Recursos claves para definir una nueva Oferta de valor?

Cuadro N° 11

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Recursos claves

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

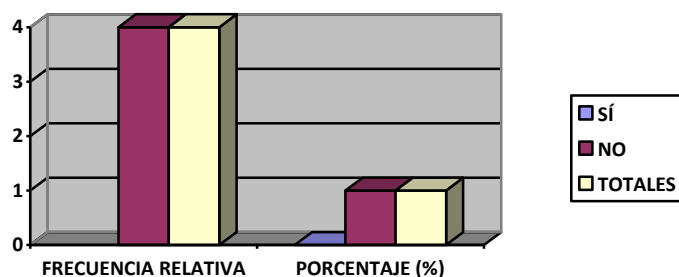


Grafico N°8

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados obtenidos, el 100% escogió la opción No, lo que indica que consultados considera que la emprendimiento no cuenta con los Recursos claves para definir una nueva Oferta de valor

Ítems N° 9:

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

Cuadro N° 12

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Canales

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

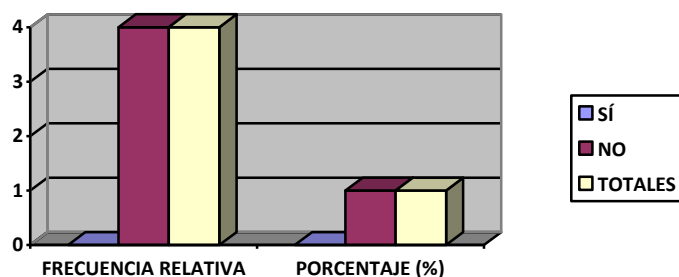


Grafico N°9 Dimensión: Modelo canvas Indicador: Canales

Análisis de los resultados: Como se puede observar, el 100% de las personas entrevistadas, coinciden en considerar que el emprendimiento no tiene canales para dar a conocer y promocionar la línea de producto

Ítems N° 10:

¿Considera usted que la empresa tiene segmentos de clientes definidos para dar a conocer y promocionar la línea de producto?

Cuadro N° 13

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Segmentos de clientes

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

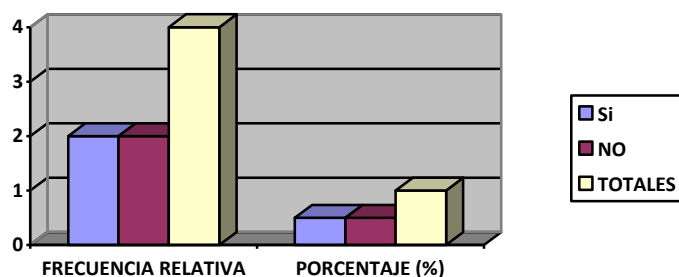


Grafico N°10

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Segmentos de clientes

Análisis de los resultados: Como se puede observar, el 50% de las personas entrevistadas, coinciden en considerar que el emprendimiento si tiene segmento de cliente, pero el otro 50 % dice que no.

Ítems N°11:

¿Considera usted que el emprendimiento cuenta con fuentes de ingresos que garantiza la producción de cremas mentoladas?

Cuadro N° 14

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Estructura de costos

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

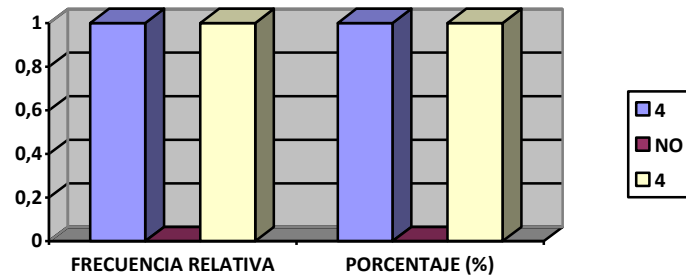


Grafico N°11

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Estructura de costos

. *Análisis de los resultados:* De los resultados obtenidos, el 100% de los encuestados, respondieron de forma afirmativa, es decir, el emprendimiento sí cuenta con fuentes de ingresos que garantiza la producción de cremas mentoladas

Ítems N° 12:

¿Considera usted que el emprendimiento se estimaría y se consideraría los elementos necesarios, para determinar una estructura de costo para nueva línea de crema mentolada?

Cuadro N° 15

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Fuentes de ingresos

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

Fuente: Hernandez, W. (2023)

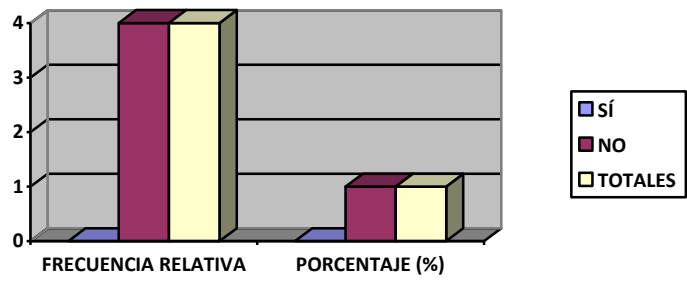


Grafico N°12

Dimensión: Modelo canvas Indicador: Fuentes de ingresos

Análisis de los resultados: De acuerdo a los resultados, se puede observar que el 100% escogieron la respuesta NO, cuenta con estructura de costo, que garanticen producción.

PROPUESTA

Como resultado del objetivo se elaboró una Planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canvas en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy.específico. En este sentido, según eeste modelo de negocio permite describir las bases sobre las que una empresa se crea, proporciona o capta valor, permitiendo la evaluación, a grandes rasgos, de las ideas para el negocio y respondiendo diversas interrogantes para el mejoramiento del mismo.

Por ello, el método Canvas se usa como iniciativa anticipada para plasmar el modelo empresarial que se ejecutara con el propósito de detectar la viabilidad del plan, teniendo en cuenta los 9 módulos, que representan las áreas claves que se deben analizar para el plan de negocio. Dichos módulos, reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir un objetivo.

1. Segmento de clientes

El producto Crema mentolada de Árnica con Chuchuguasa va dirigido a dos segmentos

- a) Adultos mayores hombre/mujeres entre 40 a 70 años de edad, a los cuales usan este tipo de cremas por condiciones de salud.
- b) Jóvenes hombre/mujeres entre 12 a 20 años de edad, los cuales usan las cremas por dolencia debido a práctica de ejercicio físico

2. Oferta de valor

La propuesta de valor es brindar un producto natural poco común en el mercado, innovando captando la atención de adultos mayores y jóvenes principalmente que realizan actividad física. Es por ello que se oferta la propuesta de Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa, elaboradas con extracto plantas de árnica y chuchuguasa, mentol cristal, entre otros ingredientes.

Foto 1



Fuente: Hernandez, W. (2023)

Crema Mentolada de Árnica y chuchuguasa presentación de 90 grs

3. Canales

Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Son puntos de contacto que desempeñan un papel primordial en su experiencia.

El canal más usual es a través de un clip para obtener información sobre el producto valor Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa, mediante las redes sociales, tales como Instagram (@cosmovisionaturel), WhatsApp y Facebook.

Ventas al mayor y al detal, bajo la modalidad de online a través de las plataformas mencionadas o por medio de boca a boca (Recomendado).

Foto 2



Fuente: Hernandez, W. (2023)

Logo Cosmovision Naturele nombre comercial del emprendimiento Noraima Merlo (Certificado Emprender)

4. Relaciones con clientes

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

5. Fuente de ingresos

La principal fuente de ingreso es obtenida por las ventas de Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa, en efectivo y en pago electrónico

6. Recursos clave

Los materiales con los que se cuentan para la producción son extractos naturales de Árnica y chuchuguasa, utensilios de cocina y herramientas necesaria.

Además de contar con las plataformas digitales, que también es un recurso clave para llegar al público consumidor.

Dentro de esos recursos tenemos los:

Recurso físico que permiten brindar un mejor servicio se debe contar con diferentes tipos de recursos los cuales se pueden clasificar de la siguiente manera.

- 1. Materia Prima de calidad (Química, Natural y envases)**
- 2. Maquinaria** que sea necesaria para procesar alimentos.
- 3. Recursos intelectuales:** Ordenadores, Red de Wi-Fi. Dichos recursos intelectuales serán utilizados para poder llevar un control en las ventas, compras, inventarios y poder tener actualizadas las operaciones por internet.

Otro Recursos Humanos: La propuesta de valor requiere un talento humano con conocimientos específicos en proceso de servicio y atención al cliente. También se requiere un personal capacitado en el área de diseño de productos para atender mejor al cliente.

7. Actividad clave

Producción de Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa. Seguimiento y darlo a conocer en redes sociales. Comunicación con los clientes. Ventas.

8. Red de socios

Se cuenta con proveedores que facilitan materia prima para la producción de las pulseras. Existen proveedores que suministran los insumos químicos y de tarros necesarios, en varios locales de Lara en 33 con 21.

Así como impresión de etiquetas las realizo en San Felipe

9. Estructura de costo

CREMA MENTOLADA

CREMA MENTOLADA ARNICA-CHUCHUGUASA -90 cc

Producción 19 lts. aprox 170 envases de 90cc

PRODUCTO	CANT	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
MENTOL CRISTAL 100 GRS	1	6\$	6\$
ALCANFOR 100 GRS	1	7\$	7\$
SALICILATO 1/4 LTS	1	5\$	5\$
CARBOPOL 150 GRS	1	6\$	6\$
TRITANOLAMINA 1/4 LTS	1	2\$	2\$
COLORANTE 100 GRS	1	1\$	1\$
EXTRACTO PLANTAS ARNICA- CHUCHUGUASA 200GRS -1/2LTS	2	15\$	30\$
CAJAS DE ENVALAJE 12 UNIDADES	12	1\$	12\$
ENVASES 90 CC	136	0,16 \$	22\$
ETIQUETA 21XPag	7	2\$	14\$
MANO DE OBRA	1	10\$	10\$
PUBLICIDAD RS	1	10\$	10\$
SERVICIOS (Luz, agua, Gas entre otros)	3	2\$	6\$
UTENSILIOS-PRODUCTOS LIMPIEZA	2	5\$	10\$
TRANSPORTE	1	6\$	6\$
		TOTAL	147\$
PRECIO COSTO			1,08\$
PRECIO UNITARIO			1,5 \$

MOMENTO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El presente estudio permitió generar Propuesta Planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy. En virtud de lo anterior, es importante destacar las siguientes conclusiones:

-El modelo de negocios es una parte importante dentro del planificación estratégica, se agrega que un modelo de negocios según análisis Canvas es el que describe la lógica de cómo una asociación u organización crea, entrega y captura valor agregado, el modelo anterior describe a través de nueve bloques que muestran la lógica de cómo el emprendimiento Noraima Merlo cubrir las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, Oferta, Infraestructura y viabilidad financiera.

-La definición de estrategia de productos y servicios debe partir de la premisa de satisfacer las necesidades de los clientes.

-Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre el emprendimiento y los clientes. Son puntos de contacto que desempeñan un papel primordial en experiencia del mismo. Dentro de los cuales las redes sociales constituyen grandes aliados.

-En la actualidad se exige que el emprendimiento preste una mayor atención al servicio al cliente; pero no como un departamento de quejas y reclamos, sino como una estrategia que tenga la importancia que verdaderamente deba tener para la organización como una política corporativa y no como un instrumento más de mercadeo y ventas.

-Dentro de esos recursos tenemos los Recurso físicos que permiten brindar un mejor servicio se debe contar con diferentes tipos de recursos los cuales se pueden clasificar de la siguiente manera: Materia Prima de calidad (Química, Natural y envases), Maquinaria que sea necesaria para procesar alimentos, Recursos intelectual e (Ordenadores, Red de Wi-Fi) y Recursos Humanos:

Recomendaciones

Al culminar la siguiente investigación sobre la Propuesta Planeación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy. Se desprende las siguientes recomendaciones con la finalidad de contribuir en la gestión del emprendimiento:

- Tomar en cuenta los resultados de la aplicación de planificación estratégica aplicando el modelo de negocio Canva en la gestión del emprendimiento “Noraima Merlo”, ubicada Caserío El Picure Municipio Urachiche Estado Yaracuy
- Solicitar acompañamiento técnico especializado en organismo como Movimiento de emprendedores, Unemzla, otros emprendedores entre otros.
- Revisar y ajustar indicadores de gestión en cuanto clientes, Oferta, Infraestructura y viabilidad financiera Incrementar la línea de productos que ofrece Cosmovision Naturela.
- Realizar una mayor inversión para adquisición de maquinaria para así reducir el tiempo de producción de los productos.
- Establecer contratos con proveedores para obtener la materia prima al menor costo posible.
- Realizar publicidad masiva en redes sociales para dar conocer los productos que ofrece Cosmovisión Náurela, así como los beneficios de los mismos

REFERENCIAS

- Aisa y Colab. (2000). El ambiente de Trabajo. Editorial HVD. España.
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Caracas: Editorial Episteme.
- Arias, F (2006). El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica. Quinta Edición. Caracas Editorial Episteme.
- Ayala, K y González, J (2018), “Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Distribuidora de Aceites, Jabones Naturales y Gel”. Universidad Estatal de Milagro Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales Trabajo de Titulación de Grado Previo a la obtención del Título de Licenciada en Gestión Empresarial en Ecuador. [Documento en línea]. Disponible: <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4309/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20DISTRIBUIDORA%20DE%20ACEITES,%20JABONES%20NATURALES%20Y%20GEL%20REDUCTOR.pdf> [Consulta: 2023, abril 20]
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 36.860. Diciembre 30, 1999. Caracas
- Corbetta, P.(2015).Metodología y Técnicas De Investigación Social. Editorial: MC Graw Hill. Lugar: Madrid, España
- Gutiérrez (2018), “Modelo de negocio para un nuevo emprendimiento de fabricación y comercialización de queso vegetariano. (Basado en las metodologías lean startup y canvas)”. [Documento en línea]. Disponible: <http://hdl.handle.net/123456789/7108> [Consulta: 2023, abril 20]
- Hernández R., Fernández, C y Baptista, M. (2004) Metodología de la Investigación. México; editorial Mc Graw Hill.
- Loor, Johan y Mora, Nancy (2021). Modelo canvas: análisis de herramienta para fortalecer emprendimientos en el centro de la ciudad de Guayaquil. [Documento en línea]. Disponible: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55481> [Consulta: 2023, abril 20]
- Méndez, G. (2007). Factores de Riesgo en las Empresas. Editorial Venezuela Analítica. Caracas
- Palella S. y Martins F (2012) Metodología de la investigación. 3ra Edición. Caracas- Fedupel.
- Robbins S. y Coulter M. Administración. Prentice Hall, 8ª Edición, México 2005.

Serna Gómez, Humberto. Gerencia Estratégica. Planeación y Gestión – Teoría y Metodología, 3 R, 7ª .Edición, Colombia, 2000

Tamayo y Tamayo. (2001). El proceso de la Investigación Científica. México: Limusa

ANEXO A



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

CUESTIONARIO

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

Nº	PREGUNTAS	SÍ	NO
1	¿Considera usted que emprendimiento Noraima Merlo tiene misión, visión y valores establecidos?		
2	¿Considera usted que emprendimiento Noraima Merlo existen lineamientos, normas u objetivos que permiten organizar proceso productivo?		
3	¿Considera usted que emprendimiento Noraima Merlo usa planificación estratégica para la toma decisiones?		
4	¿Considera usted que existe materiales, tecnológicos, humanos factibilidad técnica para implementar modelo Canva dentro del emprendimiento Noraima Merlo?		
5	¿Considera usted que el emprendimiento dispone de una Propuesta de valor?		
6	¿Considera usted que el emprendimiento dispone de alianzas y actividades claves?		

7	¿Considera usted que el emprendimiento posee relación con los clientes que le garantizarían el producir y colocar su producto?		
8	¿Considera usted que emprendimiento Noraima Merlo cuenta con recursos claves para definir una nueva Oferta de valor ?		
9	¿Considera usted que el emprendimiento cuenta con Canales de cliente para implementar un nuevo segmento de clientes?		
10	¿Considera usted que la empresa tiene segmentos de clientes definidos para dar a conocer y promocionar la línea de producto?		
11	¿Considera usted que el emprendimiento cuenta con fuentes de ingresos que garantiza la producción de cremas mentoladas?		
12	¿Considera usted que el emprendimiento se estimaría y se consideraría los elementos necesarios, para determinar una estructura de costo para nueva línea de crema mentolada?		

ANEXO B

MATRIZ DE VALIDACIÓN



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

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Por medio del presente documento se pretende validar el instrumento que se aplicará para el Trabajo de Grado: **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN LA GESTIÓN EMPRENDIMIENTO NORAIMA MERLO**

Experto: Urania D. Vásquez R.

C.I: 7.580.142

Título: Licenciada Metodología Cualitativa

Lugar de Trabajo: UNEFM – Extensión Urachiche

Experto: Yelittza J. Linarez

C.I: 12.724.618

Título: Licenciada Contador Publico

Lugar de Trabajo: UPTYAB

Experto: Ramon J. Linarez

C.I: 17814825

Título: Licenciado en Administración

Lugar de Trabajo: UNEFM – Extensión Urachiche

Para la validación se establecen los siguientes aspectos: Claridad, Precisión, Pertinencia y Coherencia, Donde los criterios serán los siguientes: (A)Excelente, (B) Bueno, (C) Regular, (D) Deficiente.

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

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Trabajo de Grado: **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN LA GESTIÓN EMPRENDIMIENTO NORAIMA MERLO**

Criterios: Claridad, Precisión, Pertinencia, Coherencia.

Escala: (A) Excelente, (B) Bueno, (C) Regular, (D) Deficiente.

CRITERIO	CLARIDAD				PRECISIÓN				PERTINENCIA				COHERENCIA			
	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D
Escala/ Items																
1																
2																
3																
4																
5																
6																
7																
8																
9																
10																

11																			
12																			

Observaciones:

Experto: _____ Firma: _____ Fecha: _____

ANEXO C

CONFIABILIDAD



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

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Trabajo de Grado: **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA APLICANDO EL MODELO DE NEGOCIO CANVA EN LA GESTIÓN EMPRENDIMIENTO NORAIMA MERLO**








Escala de estimación de los expertos para calcular confiabilidad del instrumento en escala tipo Likert, para muestras pequeñas: menores o iguales a diez						
A. Excelente – 4 pts B. Bueno- 3 pts C. Regular- 2 pts D. Deficiente- 1 pts						
EXPERTO/ CRITERIO	1	2	3	PROMEDIOS DE EXPERTOS (Total de cada experto dividido entre total de ellos)	PROMEDIOS ENTRE ITEMS (Promedio de experto entre total de ítems)	PROMEDIOS ENTRE ITEMS DIVIDIDO POR EL TOTAL DE CRITERIOS
CLARIDAD	47	48	47	561/3	187/12	15.58/4
PRECISIÓN	47	46	46			
PERTINENCIA	46	47	48			
COHERENCIA	47	46	46			

TOTALES	187	187	187	187	15.58	3.895
CONFIABILIDAD						
3.895/4						
	4	3	2	1		
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente		
ESCALA DE 0 A 1						
RESULTADO: 0.97						

ANEXO D

Modelo de Negocio Canva



Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<p>Se cuenta con proveedores que facilitan materia prima para la producción de las pulseras. Existen proveedores que suministran los insumos químicos y de tarros necesarios, en varios locales de Lara en 33 con 21.</p> <p>Así como impresión de etiquetas las realizo en San Felipe</p> <p>Coloca los socios claves de tu negocio.</p> 	<p>Producción de Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa. Seguimiento y darlo a conocer en redes sociales. Comunicación con los clientes. Ventas.</p>  <p>Recursos claves Los materiales con los que se cuentan para la producción son extracto naturales de Árnica y chuchuguasa, utensilios de cocina y herramientas necesaria. Además de contar con las plataformas digitales, que también es un recurso clave para llegar al público consumidor.</p> <p>Dentro de esos recursos tenemos los:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recurso físico que permiten brindar un mejor servicio se debe contar con diferentes tipos de recursos los cuales se pueden clasificar de la siguiente manera. 4. Materia Prima de calidad (Química, Natural y envases) 5. Maquinaria que sea necesaria para procesar alimentos. 6. Recursos intelectuales: Ordenadores, Red de Wi-Fi. Dichos recursos intelectuales serán utilizados para poder llevar un control en las ventas, compras, inventarios y poder tener actualizadas las operaciones por internet. • Otro Recursos Humanos: talento humano con conocimientos específicos en proceso de servicio y atención al cliente. También se requiere un personal capacitado en el área de diseño de productos para atender mejor al cliente. 	<p>El producto natural poco común en el mercado, innovando captando la atención de adultos mayores y jóvenes principalmente que realizan actividad física. Es por ello que se oferta la propuesta de Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa, elaboradas con extracto plantas de árnica y chuchuguasa, mentol cristal, entre otros ingredientes.</p> 	<p>La relación con los clientes será de forma indirecta debido a que se cuenta con redes sociales por las cuales se promocionará el producto. El trato hacia los clientes será de manera amable y atenta</p>  <p>Canales Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Son puntos de contacto que desempeñan un papel primordial en su experiencia.</p> <p>El canal más usual es a través de un clip para obtener información sobre el producto valor Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa, mediante las redes sociales, tales como Instagram (@cosmovisionaturel), WhatsApp y Facebook.</p> <p>Ventas al mayor y al detal, bajo la modalidad de online a través de las plataformas mencionadas o por medio de boca a boca (Recomendado).</p> 	<p>-Adultos mayores hombre/mujeres entre 40 a 70 años de edad, a los cuales usan este tipo de cremas por condiciones de salud.</p> <p>-Jóvenes hombre/mujeres entre 12 a 20 años de edad, los cuales usan la cremas por dolencia debido a práctica de ejercicio físico</p> 
<p>Estructura de coste</p> <p>PRECIO COSTO 1,08\$ PRECIO UNITARIO 1,5 \$</p>				<p>Fuentes de Ingreso La principal fuente de ingreso es obtenida por las ventas de Crema Mentolada de Árnica con Chuchuguasa, en efectivo y en pago electrónico</p>