

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

**ESPECIALIZACION EN PLANIFICACION DESARROLLO Y GESTIÓN DE
PROYECTOS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA IMPRENTA DE SERVICIOS
DE PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN CHARALLAVE, ESTADO MIRANDA,
VENEZUELA**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Planificación
Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:**
Gallardo Maestre, Richard José

Asesorado por:
Sarache Oliveros Xarifa Margarita (asesor seminario de trabajo especial de grado)
González de Febres Rita Yanis (asesor académico)

Caracas, febrero 2026

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN PLANIFICACION DESARROLLO Y GESTION DE
PROYECTOS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA IMPRENTA DE SERVICIOS
DE PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN CHARALLAVE, ESTADO MIRANDA,
VENEZUELA**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Planificación
Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:**
Gallardo Maestre, Richard Jose, V-24698752

Asesorado por:
Sarache Oliveros Xarifa Margarita (asesor seminario de trabajo especial de grado)
González de Febres Rita Yanis (asesor académico)

Caracas, febrero de 2026

AUTORIZACIÓN

Yo, Richard Gallardo, mayor de edad, domiciliado en Charallave estado miranda, portador de la cédula de identidad número 24.698.752, autor(a) del trabajo especial de grado titulado PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA IMPRENTA DE SERVICIOS DE PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN CHARALLAVE, ESTADO MIRANDA, VENEZUELA, presentado ante la Universidad Monteávila para optar al título de Especialista en Planificación Desarrollo y Gestión de Proyectos, otorgo mi autorización a la Universidad para comunicar públicamente mi obra en su Repositorio Institucional.

Esta autorización es válida para que el trabajo especial de grado sea usado, divulgado y prestado, en formato impreso, digital, electrónico, virtual y para usos en redes, internet, intranet y en general por cualquier formato conocido o por conocer, donde se garantizará:

- El reconocimiento de mi autoría sobre la obra.
- La conservación de la obra entregada a través del Repositorio Institucional.
- La reproducción y/o transformación a cualquier formato, que permita su legibilidad en las diferentes herramientas ofrecidas por las tecnologías de información y comunicación.
- La visibilidad en internet a través de motores de búsqueda, directorios y demás medios de difusión del conocimiento interoperables con el Repositorio Institucional.

Caracas, 27 de Enero de 2026



Firma del estudiante

Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

Quienes suscriben, profesores evaluadores nombrados por la Coordinación de la Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: **"Plan de negocios para la creación de una imprenta de servicios de personalización de productos en Charallave, estado Miranda, Venezuela"**, presentado por el ciudadano: **Richard José Gallardo Maestre**, cédula de identidad N° **24.698.752**, para optar al título de Especialista en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, dejan constancia de lo siguiente:

1. Su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día **7 de febrero de 2026**, en la sede de la Universidad Monteávila.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de su autor, en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo los profesores decidieron, en vista del rigor y suficiencia de la presentación, la excelencia en el abordaje de la temática y el aporte novedoso que a la práctica de nuestra área realiza, otorgar la calificación de Aprobado "A" por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

En Caracas, el día 7 de febrero de 2026.


Profesora Rita Yanis González de
Febres

C.I. 9.062.704


Profesora Xanfa Margarita Sarache
Oliveros

C.I. 6.055.615



DEDICATORIA

Primeramente, a Dios, por ser mi guía, mi fortaleza y el arquitecto de mi camino, por darme la sabiduría para culminar esta etapa y la paz en los momentos de mayor incertidumbre. A mis padres, por ser el instrumento de su amor en la tierra, y a mis abuelos, por sus bendiciones y por ser el legado de fe que hoy me permite alcanzar esta meta.

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

**ESPECIALIZACION EN PLANIFICACION DESARROLLO Y GESTION DE
PROYECTOS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA IMPRENTA DE SERVICIOS
DE PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN CHARALLAVE, ESTADO
MIRANDA, VENEZUELA**

Autor: Gallardo Maestre, Richard Jose

Asesores: Sarache Oliveros Xarifa Margarita Y González De Febres Rita Yanis

Año: 2026

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general proponer un plan de negocios para la creación de una imprenta de servicios de personalización de productos en la ciudad de Charallave, Estado Miranda. El estudio se fundamentó en una metodología de proyecto factible, con un diseño de campo de nivel descriptivo, utilizando la encuesta y la observación directa como técnicas de recolección de datos aplicadas a potenciales consumidores de la zona. Los resultados del estudio de mercado revelaron una demanda insatisfecha que prioriza la exclusividad del diseño y la rapidez de entrega. En el área técnica y operativa, se determinó la viabilidad de implementar tecnologías de sublimación y estampado mediante una estructura de costos optimizada. El análisis financiero arrojó indicadores de rentabilidad positivos, destacando una Utilidad Neta y Rentabilidad sobre Ventas (ROS) que aseguran la sostenibilidad del proyecto en el contexto económico actual. Se concluyó que la propuesta es técnica y económicamente viable, representando no solo una oportunidad de emprendimiento rentable, sino también un aporte académico para la gestión de proyectos de manufactura ligera. El trabajo final constituye una referencia para futuros investigadores interesados en modelos de negocio basados en la personalización masiva y el desarrollo comercial de la región de los Valles del Tuy.

Línea de Trabajo: Proyectos de evaluación financiera

Palabras clave: Plan de negocios, personalización, gestión de proyectos, Charallave, viabilidad.

Tabla de Contenido

DEDICATORIA	5
RESUMEN	6
ÍNDICE DE FIGURAS	10
ÍNDICE DE TABLAS	11
LISTA DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS	12
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	16
Identificación de Necesidades y/o Problemas	16
Planteamiento del Problema	17
Objetivos del Proyecto	18
Objetivo General.	18
Objetivos Específicos.....	18
Justificación.....	18
Alcance y Delimitaciones	19
Cronograma	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	21
Antecedentes	21
Antecedentes Nacionales	21
Antecedentes Internacionales	22
Bases teóricas	24
Personalización de Productos y Consumidor	24
Sublimación e Impresión Personalizada	24
Principios de la Sublimación	24
Modelo de Negocio y Emprendimiento en Personalización.....	25
Elementos Claves del Modelo de Negocio.....	25
Innovaciones Tecnológicas en la Personalización.....	25
Economía Colaborativa y Prosumidores	26
Psicología del Consumidor en Productos Personalizados.....	26
Metodología Canvas	27
El PMBOK	27

Factibilidad técnica	27
La factibilidad operativa.....	28
Bases legales	29
CAPITULO III. MARCO SITUACIONAL.....	30
Sector de producción	30
Producto o servicios.....	30
Audiencia o Público consumidor.....	31
Análisis de competidores.....	31
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO	33
Línea de Investigación.....	33
Tipo de investigación	33
Diseño de Investigación	33
Población y muestra / unidad de análisis	34
La población	34
La muestra.....	34
Técnicas e instrumentos de recolección de información	34
La Encuesta	34
La Observación.....	35
Presentación y análisis de los resultados.....	35
Observación en la Avenida principal de Charallave	36
Encuesta a clientes en La Avenida principal de Charallave	37
Metodología y Técnicas del Proyecto	46
Estudio Del Aspecto Técnico–Operativo.....	46
Estudio Del Aspecto Financiero	48
Metodología PMBOK	50
Metodología Canvas	52
CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	55
Matriz DOFA.....	55
Estudio de factibilidad técnica	56
Tamaño del proyecto:.....	56
Descripción técnica del producto o servicio	58
Identificación y selección de procesos.....	64
Listado De Equipos.....	65

Estudio De Factibilidad Operativa.....	67
Unidades Externas Al Proyecto	67
Tamaño De La Estructura Organizativa	68
Tecnología Administrativa	69
Impacto económico de la estructura organizativa	71
Estudio de Factibilidad Financiera	77
Inversión inicial	77
Costos operativos mensuales	78
Rentabilidad	78
Proyecciones	83
Rentabilidad sobre ventas (ROS).....	84
Retorno sobre la Inversión (ROI).....	84
Periodo de Recuperación (Payback)	85
Retorno sobre maquinaria (ROM)	85
Metodología PMBOK	86
Gestión del Alcance.....	86
Gestión del Tiempo	89
Gestión de Costos	89
Gestión de la Calidad	90
Gestión de los Recursos	91
Gestión de la Comunicación	92
Gestión del Riesgo.....	93
Modelo canvas	93
Segmentos de clientes	93
Propuesta de valor	94
Canales	94
Relación con clientes.....	95
Fuentes de ingresos	95
Recursos clave.....	95
Actividades clave.....	96
Socios clave	96
Estructura de costos.....	96
CAPÍTULO VI. COCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98

Conclusiones	98
Recomendaciones	99
Referencias Bibliográficas	101
Apéndices.....	103
Apéndice A Formato de Observación y Encuesta.	103

ÍNDICE DE FIGURAS

1-Gráfica Concentración de la demanda	36
2-Gráfica Demanda de productos personalizados.....	38
3-Gráfica Frecuencia de compra de productos personalizados.....	39
4-Gráfica Artículos solicitados con mayor frecuencia.....	40
5-Gráfica Artículos más solicitados	41
6-Gráfica Preferencias de compra.....	42
7-Gráfica Intervalos de precios	43
8-Opciones de personalización	44
9-Gráfica Razones para personalizar	45
10-Matriz DOFA.....	55
11-Mapa Charallave.....	56
12-Organigrama	68
13-EDT	86
14-Gestión de tiempo	89
15-Gestión de costo.....	89
16-Organigrama del proyecto. Incluye roles y responsabilidad.....	91
17-Lienzo canvas	97

ÍNDICE DE TABLAS

1 Cronograma de actividades del TEG	20
2 Bases legales	29
3-Preguntas para evaluar la demanda.....	37
4-Preguntas para evaluar la preferencias y necesidades	42
5-Infraestructura y equipamiento	46
6-Materias primas y suministros	47
7-Logística y distribución	46
8-Consideraciones para una Inversión inicial	48
9-Costos operativos mensuales	48
10-Proyección de ingresos	49
11-Rentabilidad y crecimiento	49
12-Grupo de procesos de la metodología PMBOK.....	50
13-Áreas del conocimiento de la metodología PMBOK.....	51
14-bloques de la metodología canvas	53
15-Tabla de variables	53
16-Equipos e insumos	63
17- Resumen de gastos operativos iniciales.....	75
18- Inversión inicial	75
19-Costo operativos mensuales.....	76
20-Rubrica para estimar costo por articulo	78
21-Precio de venta promedio	79
22-Principales entregables	86
23-Diccionario EDT.....	84
24-Parámetros de gestión de calidad.....	88
25-Roles y responsabilidades.....	90
26-Gestión de comunicaciones	91
27-Gestión de riesgo	92

LISTA DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS

EDT - Estructura desagregada de trabajo

PMBOK - Project management body of knowledge

PMI - Project Management Institute

TEG - Trabajo especial de grado

INTRODUCCIÓN

En la era actual, marcada por la globalización y el rápido avance tecnológico, la personalización de productos se ha convertido en una tendencia creciente, ofreciendo a los consumidores la posibilidad de expresar su individualidad y gustos personales a través de diversos artículos. La sublimación, una técnica que permite transferir imágenes y diseños a materiales como textiles, cerámicas, metálicos y entre otros, ha emergido como una solución ideal para satisfacer esta demanda. Esta técnica se distingue por su capacidad de producir impresiones de alta calidad, duraderas y vibrantes

El presente trabajo especial de grado tiene como objetivo principal la creación de un modelo de negocio viable para un emprendimiento de sublimación, enfocado en ofrecer productos personalizados a un mercado local específico. La investigación se centrará en analizar las oportunidades y desafíos que presenta el mercado de la sublimación en Venezuela. Además, se evaluarán los costos iniciales y recurrentes, identificando las tecnologías y equipos más adecuados para asegurar la eficiencia y calidad del proceso productivo.

La justificación de este estudio radica en la creciente popularidad de los productos personalizados y la falta de negocios locales que ofrezcan servicios de sublimación de alta calidad. A través de un análisis detallado del mercado y la implementación de un plan de negocio sólido, se busca demostrar la viabilidad y potencial éxito de un negocio de sublimación en la región seleccionada.

Este trabajo se estructura en varias secciones y orientada en desarrollo y planificación de proyectos, la estructura de los capítulos son los siguientes:

I Planteamiento del Problema: En este capítulo se presenta el problema de investigación, justificando su relevancia y la necesidad de abordarlo. Se describen claramente los objetivos del estudio, tanto generales como específicos, y se destaca la importancia del negocio de sublimación en el contexto local. El objetivo es proporcionar una base sólida para la investigación, estableciendo el marco y las preguntas clave que guiarán el estudio.

II Marco Teórico: El marco teórico ofrece un análisis detallado de la literatura existente relacionada con la técnica de sublimación, así como conceptos y teorías relevantes que sustentan el negocio de sublimación. Se revisan estudios previos y antecedentes que han investigado mercados similares, proporcionando un contexto académico que respalde la investigación. Este capítulo busca fundamentar teóricamente el proyecto y situarlo dentro de la disciplina de estudio.

III Marco Situacional: En este capítulo se realiza un análisis del entorno local y del mercado donde se pretende establecer el negocio de sublimación. Se evalúan la demanda y oferta actuales de servicios de sublimación, identificando las oportunidades y amenazas en el entorno. Además, se examina el contexto socioeconómico y demográfico de la región, proporcionando una visión integral del escenario en el cual se desarrollará el negocio.

IV Marco Metodológico: El marco metodológico describe el diseño de la investigación, detallando los métodos y técnicas que se utilizarán para recolectar y analizar los datos. Se especifican los procedimientos, instrumentos y herramientas que se emplearán, así como los criterios de validación y confiabilidad. Este capítulo tiene como objetivo garantizar la rigurosidad científica del estudio y la obtención de datos precisos y relevantes.

V Desarrollo de la Propuesta: En este capítulo se elabora el modelo de negocio para la tienda de sublimación. Se incluyen las estrategias de marketing y ventas, el plan de operaciones y

producción, así como una evaluación financiera detallada. Se analizan los costos iniciales y recurrentes, y se proyectan los ingresos y rentabilidad del negocio. El objetivo es presentar una propuesta integral y viable para la puesta en marcha del emprendimiento.

VI Conclusiones y Recomendaciones: Este capítulo sintetiza los hallazgos principales del estudio, destacando las conclusiones derivadas de la investigación. Se ofrecen recomendaciones prácticas para la implementación del negocio de sublimación, así como sugerencias para futuras investigaciones. El propósito es proporcionar una guía útil y accionable para emprendedores interesados en el sector de la sublimación.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

Identificación de Necesidades y/o Problemas

La sublimación se ha convertido en una opción novedosa y accesible para emprendedores que desean incursionar en el mundo de la personalización de productos. Esta técnica, que permite transferir diseños de alta calidad a una variedad de superficies como textiles, cerámica y objetos tecnológicos, ofrece costos iniciales relativamente bajos en comparación con otros métodos de personalización. Además, su versatilidad y demanda creciente en mercados como el de regalos personalizados, eventos especiales y promociones corporativas, la hacen una inversión atractiva para quienes buscan iniciar un negocio innovador y con alto potencial de crecimiento.

En el caso de Charallave, esta oportunidad cobra aún más relevancia debido a la ausencia de negocios locales que ofrezcan servicios de sublimación y personalización de artículos. Actualmente, los residentes que desean productos personalizados, como camisetas, tazas o cojines, enfrentan la dificultad de tener que buscar opciones fuera de la ciudad, lo que implica mayores costos y tiempo de espera. Establecer un negocio de sublimación no solo llenaría este vacío en el mercado, sino que también atendería una necesidad latente de la comunidad, posicionándose como una solución práctica y accesible para los consumidores locales.

Para identificar el problema de la falta de negocios de sublimación en Charallave, se hará una investigación de mercado que incluya encuestas y entrevistas a residentes y comerciantes locales para comprender sus necesidades y percepciones sobre productos personalizados. Además, se debe analizar la oferta y demanda actuales, evaluar la existencia y competencia de negocios similares en la región, y examinar los datos socioeconómicos y demográficos para entender el poder adquisitivo y los hábitos de consumo de la población. Esto permitirá

documentar claramente la carencia de servicios de sublimación y formular un problema de investigación concreto basado en la falta de oferta local y las necesidades no satisfechas.

Planteamiento del Problema

Según (Ayala,2023) la industria global de la impresión y personalización de productos ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Los consumidores buscan cada vez más productos únicos que reflejen su identidad y preferencias personales. Tecnologías como el estampado, la sublimación y el grabado láser han revolucionado esta industria, permitiendo la personalización de una amplia gama de productos con alta precisión y calidad. Esta creciente demanda global por productos personalizados representa una gran oportunidad de negocio.

En Venezuela, la tendencia hacia la personalización de productos también ha crecido. Los consumidores en el Estado Miranda, como en muchas otras regiones del país, buscan productos que no solo sean funcionales sino también personalizados y únicos. Sin embargo, la oferta de servicios especializados en impresión y personalización es limitada. Muchas empresas locales no han explorado completamente el potencial de este mercado emergente. Esta falta de oferta crea un vacío en el mercado que puede ser aprovechado por nuevos emprendimientos (SciELO Venezuela.2006)

Charallave, una ciudad en el Estado Miranda, presenta una falta de negocios locales que ofrezcan servicios de impresión, sublimación, estampado y grabado láser. Esta ausencia de oferta local obliga a los residentes a buscar estos servicios en otras localidades, lo cual es inconveniente y costoso tanto en términos de tiempo como de dinero. La falta de accesibilidad a productos personalizados dentro de Charallave representa una oportunidad única para establecer una imprenta que cubra esta demanda no satisfecha.

Objetivos del Proyecto

Objetivo General.

Diseñar un plan de negocios para la creación de una imprenta de servicios de personalización de productos en Charallave, Estado Miranda, Venezuela.

Objetivos Específicos.

- Realizar el estudio de mercado.
- Evaluar la viabilidad técnica y operativa.
- Evaluar la factibilidad financiera.
- Elaborar el plan de negocio.

Justificación

El proyecto de sublimación y estampado en Charallave busca satisfacer la demanda local de productos personalizados, ofreciendo opciones de alta calidad tanto para individuos como para empresas. Este negocio es esencial porque no solo proporciona una manera de expresar la creatividad y la identidad a través de artículos únicos. La viabilidad del proyecto está respaldada por un mercado creciente y una inversión inicial manejable, lo que asegura su sostenibilidad a largo plazo y su impacto positivo en la economía local.

Alcance y Delimitaciones

El alcance del proyecto de planificación y desarrollo de una tienda de sublimación y estampado de productos en Charallave abarca varias etapas claves. Comienza con un estudio de mercado para identificar la demanda local y las preferencias de los consumidores. Luego, se procede con la planificación del negocio, que incluye la selección de la ubicación, la obtención de licencias y permisos necesarios, y la elaboración de un plan financiero detallado.

Adicionalmente, se realizará un estudio operativo y técnico para evaluar la infraestructura necesaria, los costos asociados y la viabilidad técnica del negocio. Se empleará el Modelo de Negocios Canvas para estructurar la propuesta, definiendo segmentos de clientes, propuesta de valor, canales de distribución y fuentes de ingresos. Finalmente, se desarrollará un plan de negocio basado en la metodología PMBOK, garantizando una gestión eficiente, planificación estratégica y mitigación de riesgos para la implementación exitosa del proyecto. Este estudio se enfoca exclusivamente en la planificación de un negocio, y aunque no se implementará, el documento proporcionará toda la información necesaria para su futura ejecución.

Cronograma

Tabla 1

Cronograma de actividades del TEG

Contenido	13/12/ 2024	17/01 /2025	24/01/ 2025	31/01 /2025	18/04 /2025	31/05/ 2025	29/10/ 2025	12/12/ 2025	10/01/ 2026	21/01/ 2026
CAPÍTULO I EL PROBLEMA Introducción El problema Planteamiento del problema Objetivos generales y específicos Justificación Alcance y delimitación Cronograma										
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO Antecedentes Bases teóricas Bases legales										
CAPÍTULO III. MARCO SITUACIONAL Sector de producción. Actividad económica. Producto o servicios. Audiencia o Público consumidor. Análisis de competidores.										
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO Línea de Trabajo Tipo de investigación Diseño de Investigación Cuadro de Variables por objetivos Población y muestra Técnicas e instrumentos de recolección de información Presentación y análisis de los resultados										
CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA Matriz DOFA Estudio de factibilidad técnica Estudio de factibilidad operativa Estudio de factibilidad financiera Metodología PMBOK Lienzo canvas										
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES										

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes

En la etapa inicial de esta investigación, se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica para recopilar información relevante sobre la personalización de artículos mediante la sublimación y las estrategias de marketing.

Para (Arias, F. 2012) «Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.» (p. 106).

Antecedentes Nacionales

Gómez Silva, M. (2023). Diseño de un modelo de negocio para el emprendimiento Cacao & Crema, ubicado en la parroquia Petare del estado Miranda, aplicando el CANVAS. Trabajo de grado, para optar al Título de Especialista en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, Universidad Monte Ávila.

Este modelo de negocio desarrollado para el emprendimiento Cacao & Crema en la Parroquia Petare sirve como una referencia valiosa para la creación de un negocio de sublimación debido a su enfoque estructurado y analítico. La aplicación del Modelo de Negocio CANVAS permite visualizar de manera clara los aspectos claves del negocio, tales como la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales de distribución, los recursos necesarios y las estrategias de ingresos. Al igual que en el caso de Cacao & Crema, es fundamental realizar un estudio de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los clientes potenciales en el ámbito de la sublimación. Además, la implementación de análisis técnicos, operativos y

financieros basados en buenas prácticas como el PMBOK garantiza que el modelo de negocio sea viable y sostenible. Este enfoque, combinado con herramientas que evalúan tanto los factores internos como externos, ofrece una guía para diseñar un negocio que no solo capture valor, sino que también maximice beneficios futuros, proporcionando una base sólida para el crecimiento y desarrollo del emprendimiento.

Antecedentes Internacionales

Osvaldo Osorio en 2015, titulado "Diseño de un plan de negocio para una empresa de estampado basado en crowdsourcing de obras de arte", como requisito para optar por el título de Magister en Gestión para la globalización presentado en la Universidad de Chile ubicada en Santiago de Chile.

El diseño del plan de negocios para una empresa productora de poleras estampadas, basada en el crowdsourcing de obras de arte, se presenta con un fuerte potencial de éxito en el mercado actual. Esta propuesta innovadora no solo ofrece un producto, sino una experiencia única, al asociar cada polera con un elemento artístico exclusivo.

El uso del crowdsourcing permite a la empresa integrar a diversos artistas en el proceso de creación, fomentando una comunidad vibrante y colaborativa. Los artistas no solo tienen la oportunidad de ver sus obras plasmadas en productos de consumo, sino que también pueden obtener una fuente adicional de ingresos y visibilidad para su trabajo.

Desde la perspectiva de los clientes, esta asociación de productos con obras de arte proporciona un valor añadido significativo. No se trata simplemente de una polera, sino de una pieza de arte portátil, lo que aumenta su atractivo y su valor percibido. Estudios teóricos y datos empíricos respaldan el interés de los consumidores en productos que combinan creatividad y

funcionalidad, mostrando una tendencia creciente hacia la personalización y la individualidad en la moda.

Además, este modelo de negocio tiene el potencial de generar un impacto positivo en la comunidad artística, promoviendo el talento local y ofreciendo una plataforma para la difusión de obras de arte. Al mismo tiempo, puede fortalecer la identidad de la marca y diferenciarla en un mercado saturado, donde la originalidad y la calidad son factores decisivos para el éxito.

En resumen, el plan de negocios para esta empresa no solo tiene indicios sólidos de ser exitoso, sino que también aporta beneficios tanto a los clientes, que valoran la originalidad y el arte, como a los artistas, que encuentran en esta propuesta una nueva vía para la difusión y comercialización de sus obras. Lo que permite tomar como referencia al negocio de sublimación y estampados como llevar las ideas de las personas y llevarlas a diseños físicos.

Carla Aliaga en 2016, titulado "Plan de negocio empresa de impresión de camisetas personalizadas y accesorios en impresión tridimensional", como requisito para optar por el título de Magister en Gestión de empresas presentado en Universidad Internacional de la Rioja ubicado en España

El presente plan de negocio demuestra que, al aprovechar las oportunidades del entorno, el surgimiento de las economías colaborativas y las ventajas de las tecnologías de comunicación e impresión, se pueden generar sinergias verdaderamente sostenibles para satisfacer la demanda del consumidor actual de camisetas personalizadas y diseños originales. Los consumidores buscan servicios de impresión y estampación de alta calidad, diferentes y con rápida entrega, alineados con los estilos de vestir y las tendencias emergentes. Su empresa, cimentada en la participación activa del consumidor final como prosumidor, pretende incrementar sus ventas

mediante una estrategia productiva de diferenciación en productos sublimados y servicios de impresión bidimensional y tridimensional. Este enfoque, combinado con un sistema de entrega al instante, Pudiese resultar una mayor productividad, procesos más eficientes, menores inventarios y niveles competitivos con altos márgenes de explotación.

Bases teóricas

El marco teórico es fundamental para respaldar la investigación, ya que permite contextualizar el estudio con bases conceptuales y modelos previos aplicados en la industria de la personalización de productos. A continuación, se presentan las teorías y conceptos clave:

Personalización de Productos y Consumidor

La personalización de productos se ha convertido en una estrategia clave para satisfacer la demanda del Consumidor 4.0, quien busca productos adaptados a sus necesidades y valores individuales. Según Scielo Venezuela (2006), la personalización es un modelo que reemplaza la producción masiva y genérica, dándole al cliente un mayor poder de decisión sobre el diseño de los productos.

Sublimación e Impresión Personalizada

La sublimación es una de las técnicas más utilizadas para la personalización de productos. Según Ayala, V. (2023), esta técnica de impresión permite transferir tintas a superficies mediante calor y presión, garantizando resultados de alta calidad y durabilidad.

Principios de la Sublimación

- **Transferencia de tinta:** La tinta de sublimación se convierte en gas sin pasar por estado líquido, adhiriéndose a la superficie del producto.

- **Materiales compatibles:** Se emplea en poliéster, cerámica, metal y otros materiales con recubrimiento de polímero.
- **Ventajas competitivas:** Alta resolución, durabilidad y personalización sin desgaste con el tiempo.

Modelo de Negocio y Emprendimiento en Personalización

La creación de una imprenta de personalización requiere una estructura de negocio basada en modelos de emprendimiento innovadores. Osvaldo Osorio (2015) plantea que los modelos de negocio exitosos en personalización deben enfocarse en la diferenciación, el uso de tecnología y la integración de la comunidad en la creación de diseños.

Elementos Claves del Modelo de Negocio

1. Propuesta de valor: Productos únicos y personalizados con calidad superior.
2. Segmentación del mercado: Identificación de nichos específicos que demandan productos personalizados.
3. Canales de distribución: Comercio electrónico, redes sociales y ventas en tienda física.
4. Flujo de ingresos: Venta directa, pedidos corporativos, personalización bajo demanda.

Innovaciones Tecnológicas en la Personalización

- **Impresión Directa sobre Prenda (DTG):** Impresión digital con tinta textil de alta precisión.
- **Impresión UV:** Permite personalizar materiales rígidos con colores vibrantes y relieves.

- **Inteligencia Artificial (IA) en diseño:** Uso de algoritmos para generar diseños personalizados automáticamente.

Economía Colaborativa y Prosumidores

El concepto de economía colaborativa se aplica a los negocios de personalización al permitir la concreción de productos entre consumidores y empresas. Aliaga (2016) introduce el término prosumidor (productor + consumidor), refiriéndose a clientes que participan activamente en el diseño de sus productos.

- **Crowdsourcing en diseño:** Modelos donde los usuarios envían sus propios diseños para ser impresos en productos.
- **Producción Just-in-Time:** Reducción de inventario mediante la fabricación bajo pedido.

Psicología del Consumidor en Productos Personalizados

El comportamiento del consumidor es clave para entender la demanda de productos personalizados. Según Kotler & Keller (2012), los factores que influyen en la decisión de compra incluyen:

- **Identidad y autoexpresión:** Los clientes buscan productos que reflejen su personalidad y valores.
- **Efecto de escasez y exclusividad:** La percepción de productos únicos aumenta su atractivo.
- **Experiencia del cliente:** Los consumidores valoran el proceso de creación del producto tanto como el resultado final.

Metodología Canvas

Es una herramienta visual y dinámica diseñada para analizar, estructurar y crear modelos de negocio de manera sencilla y eficaz. Fue desarrollada por Alexander Osterwalder y se basa en un lienzo dividido en nueve bloques fundamentales que representan aspectos claves de un negocio, como la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales de distribución, las fuentes de ingresos, los recursos clave, las actividades clave, las asociaciones clave, la estructura de costos y los ingresos. Este enfoque permite a los emprendedores y empresas visualizar cómo interactúan estos elementos entre sí para generar y capturar valor, facilitando la toma de decisiones estratégicas y la identificación de oportunidades de mejora.

El PMBOK

Es un marco de referencia del Project Management Institute (PMI) que proporciona estándares, procesos y mejores prácticas para gestionar proyectos de manera efectiva. Se organiza en cinco grupos de procesos: inicio, planificación, ejecución, monitoreo y control, y cierre, además de diez áreas de conocimiento como gestión de costos, tiempo, calidad y riesgos. No es una metodología estricta, sino una guía adaptable según el contexto del proyecto, permitiendo optimizar recursos, minimizar riesgos y mejorar la eficiencia en la ejecución.

Factibilidad técnica

Es el análisis que determina si un proyecto puede ejecutarse con los recursos tecnológicos, humanos y materiales disponibles, evaluando la capacidad de la organización para implementar y sostener la solución propuesta. Incluye la revisión de equipos, software, infraestructura, conocimientos del personal, compatibilidad con sistemas existentes, condiciones

físicas del entorno y riesgos técnicos, con el objetivo de asegurar que la idea sea viable desde el punto de vista operativo antes de invertir tiempo y dinero en su desarrollo.

La factibilidad operativa

Es el análisis que determina si un proyecto puede funcionar de manera efectiva dentro de la organización y en su entorno, evaluando si los procesos, la estructura, el personal y la cultura están preparados para implementar y sostener la solución propuesta. Examina aspectos como la capacidad de gestión, la disposición del equipo, la adecuación de los procedimientos, la aceptación de los usuarios o clientes y la integración con las operaciones actuales, con el objetivo de asegurar que el proyecto no solo sea técnicamente posible, sino también práctico y funcional en la realidad cotidiana.

La factibilidad financiera es el análisis que determina si un proyecto es económicamente viable, evaluando si los recursos monetarios disponibles y las proyecciones de ingresos son suficientes para cubrir los costos de inversión, operación y mantenimiento. Considera aspectos como la estructura de financiamiento, el flujo de caja esperado, la rentabilidad, el punto de equilibrio y los riesgos financieros, con el objetivo de asegurar que la iniciativa no solo pueda ejecutarse técnicamente y operativamente, sino que también genere beneficios sostenibles y sea capaz de mantenerse en el tiempo sin comprometer la estabilidad económica de la organización.

Bases legales

El presente proyecto se enmarca dentro del cumplimiento de la normativa legal vigente en la República Bolivariana de Venezuela, considerando las leyes, decretos y regulaciones que rigen el establecimiento y operación de un negocio de impresión y personalización de productos en Charallave, Estado Miranda. A continuación, se detallan las principales disposiciones legales aplicables:

Tabla 2

Bases legales

Instrumento Legal	Artículo	Comentario
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela	Artículo 112	Garantiza la libertad económica y el derecho a desarrollar actividades comerciales.
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela	Artículo 113	Prohíbe el establecimiento de monopolios y fomenta la libre competencia.
Código de Comercio de Venezuela	Artículo 32	Indica que todo comerciante debe llevar su contabilidad en idioma castellano, la cual comprenderá obligatoriamente el libro diario, el libro mayor y el libro de inventarios
Código de Comercio de Venezuela	Artículo 260	Establece que los administradores de la compañía deben llevar el libro de accionistas, el libro de actas de la asamblea y el libro de actas de la junta de administradores
Código Orgánico Tributario	Artículo 102	Define los ilícitos tributarios formales relacionados con el deber de llevar libros y registros contables, así como con la obligación de presentar declaraciones y comunicaciones
Ley de Impuesto sobre la Renta (LISLR)	Artículo 28	Establece la obligación de declarar y pagar el impuesto sobre la renta para todas las actividades comerciales, incluyendo los negocios de sublimación.
Ley del Trabajo	Artículo 62	Dispone las obligaciones laborales y de seguridad social que deben cumplir los empleadores, tales como el registro y pago de contribuciones al Instituto Venezolano de los Seguros Sociales (IVSS).
Ley Orgánica del Servicio de Bombero y de los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de Carácter Civil	Artículo 1	Regula aspectos fundamentales relacionados con la seguridad y prevención de riesgos.

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO III. MARCO SITUACIONAL

Sector de producción

Un negocio de sublimación pertenece al sector terciario de la economía, también conocido como el sector de servicios. Este sector incluye todas las actividades económicas que no producen bienes tangibles, sino que se enfocan en la prestación de servicios a consumidores y empresas. En el caso de un negocio de sublimación, su principal función es brindar el servicio de personalización de productos, como camisetas, tazas, cojines y otros artículos, utilizando tecnologías y procesos especializados. Aunque transforma productos básicos en artículos personalizados, su enfoque en satisfacer necesidades específicas del cliente a través de un servicio lo ubica en el sector terciario. Este sector es clave para generar valor al conectar productos con las preferencias y demandas del mercado.

Producto o servicios

Un negocio de sublimación y estampado puede ofrecer una amplia gama de productos personalizados que capturan la creatividad y las preferencias individuales de los clientes. Entre los productos más comunes se encuentran las camisetas personalizadas, que pueden llevar diseños únicos, fotos, nombres o logotipos. También se pueden sublimar sudaderas, chaquetas, y prendas deportivas, lo que permite a equipos y grupos tener indumentaria con identidad propia. Además de la ropa, se pueden crear artículos promocionales como gorras, bolsas de tela, pañuelos, y bufandas, ideales para eventos, campañas publicitarias y regalos corporativos.

Más allá del ámbito textil, la sublimación y el estampado permiten personalizar objetos de uso cotidiano y decorativo. Por ejemplo, se pueden diseñar tazas, platos, rompecabezas, y cojines con fotos o ilustraciones significativas. También es posible trabajar con productos

tecnológicos como fundas para teléfonos móviles, mouse pads, y carcasas de computadoras portátiles, transformándolos en piezas únicas. Otros artículos incluyen relojes, llaveros, y tarjetas personalizadas que pueden servir como recuerdos especiales en eventos importantes como bodas, cumpleaños, y aniversarios. Esta versatilidad hace que los negocios de sublimación y estampado tengan una oferta muy diversa y atractiva para diferentes mercados y necesidades.

Audiencia o Público consumidor

Un negocio de sublimación y estampado puede atraer a una audiencia diversa, incluyendo individuos y familias que buscan artículos personalizados para uso personal o como regalos únicos. Además, empresas y organizaciones pueden necesitar productos promocionales, uniformes personalizados o regalos corporativos, así como equipos deportivos y clubes que requieren uniformes y productos promocionales para sus miembros y seguidores.

También hay una demanda significativa de parte de organizadores de eventos especiales como bodas, cumpleaños y aniversarios que buscan recuerdos y decoraciones personalizadas. Instituciones educativas, tiendas minoristas, y creativos como artistas y diseñadores también constituyen una audiencia importante, ya que buscan productos personalizados para eventos escolares, material promocional o transformar sus diseños en productos físicos para venta o promoción. Esta variedad de audiencias permite que un negocio de sublimación y estampado tenga un mercado amplio y diverso.

Análisis de competidores

El análisis de competidores en el sector de sublimación y estampado implica evaluar varios aspectos claves de las empresas que ya operan en este mercado. Primero, es importante identificar a los principales competidores y analizar su cuota de mercado, productos y servicios

ofrecidos, estrategias de precios, y su presencia en diferentes regiones. También es útil examinar sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que enfrentan. Esto puede incluir estudios de mercado, informes financieros y análisis de la satisfacción del cliente.

Además, es fundamental observar las tendencias del mercado y las innovaciones tecnológicas que puedan estar adoptando tus competidores. Esto te permitirá identificar áreas donde puedes diferenciarte y ofrecer algo único a tus clientes. También es beneficioso analizar las estrategias de marketing y ventas de tus competidores para entender cómo posicionan sus productos y cómo puedes mejorar tu propia estrategia de marketing.

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

Línea de Investigación

Según el Manual para la elaboración del proyecto de Trabajo Especial de Grado de la Universidad Monteávila (2019) es un Proyectos de evaluación financiera: Incluye técnicas, prácticas, desarrollo de herramientas y enfoques que permitan ir más allá de la evaluación financiera tradicional. Permite el uso de la estadística y diferentes tipos de proyecciones para evaluar riesgos y sensibilidad de los proyectos a diferentes variables o escenarios.

Tipo de investigación

La investigación es proyectiva, según Fidias G. Arias (2012), se ajusta perfectamente a un negocio de personalización de artículos porque no se limita a describir la realidad del mercado, sino que busca diseñar propuestas y modelos prácticos para abordar un problema.

Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es mixto, Según Fidias G. Arias (2012), el diseño de investigación mixta es un enfoque metodológico que combina el enfoque cuantitativo, que permite medir variables como costos, tiempos de producción, niveles de desperdicio y satisfacción del cliente mediante encuestas y registros estadísticos, con el enfoque cualitativo, que aporta comprensión profunda de las percepciones, motivaciones y expectativas de los clientes y del equipo de trabajo a través de entrevistas y observaciones.

Población y muestra / unidad de análisis

La población

En un modelo de negocio de artículos personalizados en Charallave podría estar conformada por 75.000 habitantes lo cual lo conforma los residentes y negocios locales que puedan requerir servicios de personalización de artículos. Esto incluiría a personas particulares, empresas, instituciones educativas, organizaciones comunitarias y deportivas, así como emprendedores que buscan productos promocionales o personalizados.

La muestra

Un subconjunto representativo de esta población, se seleccionó un grupo específico de 50 personas de diferentes zonas de Charallave, dueños de pequeños negocios locales, representantes de instituciones educativas y organizadores de eventos.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

La Encuesta

Según Fidias G. Arias (2012), la encuesta es una técnica de investigación que permite obtener información de un grupo o muestra, se empleara como un instrumento clave de recolección de datos porque permite conocer de manera directa las preferencias, expectativas y hábitos de consumo de los clientes, así como medir su nivel de satisfacción con los productos y servicios ofrecidos. A través de preguntas cerradas se pueden obtener datos cuantitativos sobre aspectos como el tipo de artículos más demandados.

La Observación

Según Fidias G. Arias (2012), la observación es una técnica de recolección de datos que consiste en examinar de manera sistemática un fenómeno en su contexto natural, se realizara como técnica de recolección de datos porque permite obtener información directa y objetiva sobre el comportamiento del consumidor.

Presentación y análisis de los resultados

Según Fidias G. Arias (2012), el propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que permitirán obtener la información necesaria para el desarrollo de la propuesta, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos

En el estudio del aspecto comercial, se realizó un análisis detallado de la demanda mediante encuestas que permitieron obtener información cualitativa y cuantitativa relevante para el mercado. El objetivo fue identificar la ubicación estratégica, el público objetivo y los segmentos de demanda potencial, así como evaluar las características clave de la competencia en el sector.

Para ello, se utilizó la observación de campo y una encuesta descriptiva con preguntas cerradas, las cuales están anexadas en el Apéndice A del presente documento. Estas herramientas fueron diseñadas para recopilar datos sobre las preferencias de los clientes, tendencias de compra y factores diferenciadores dentro del mercado de productos personalizados

Los resultados obtenidos de la observación y encuesta fueron los siguientes:

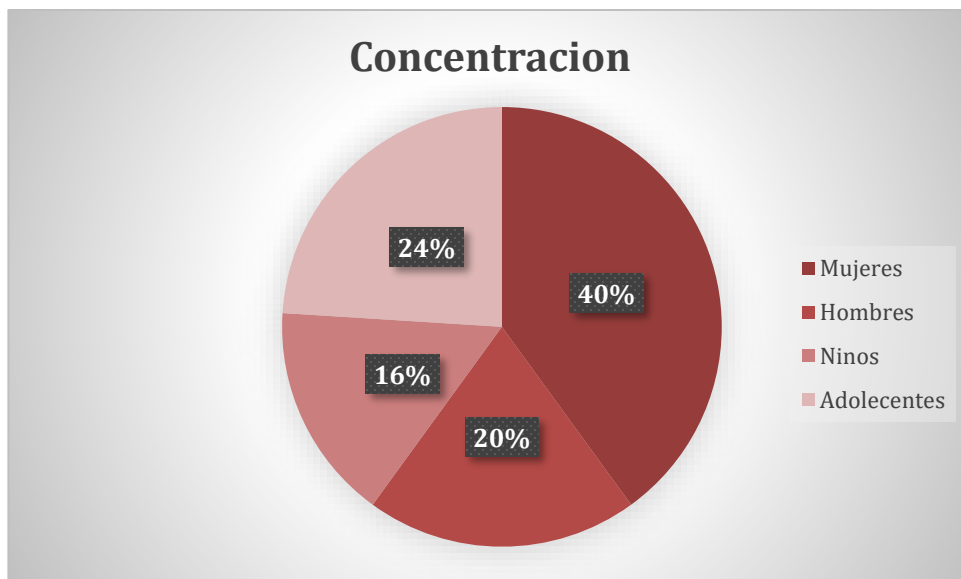
Observación en la Avenida principal de Charallave

Con el propósito de conocer características descriptivas de la demanda o cliente potencial objetivo. La observación fue realizada aleatoriamente entre los días 01/05/2025 al 18/05/2025, siendo los clientes del emprendimiento el objeto de estudio según las cantidades que se indican en la Población y Muestra

Resultado de la Observación de Campo. A continuación, se presentan los resultados de la aplicación de la guía de Observación de Campo (ver Apéndice A en este TEG):

Figura 1

Gráfica Concentración de la demanda



Fuente: Elaboración propia.

La respuesta a esta interrogante ayuda a identificar cuál es la edad promedio de los clientes donde está concentrada el mayor porcentaje de consumo; ubicando a las mujeres en el primer lugar de con un 40%, seguido por adolescentes con un 24%, hombres 20% y niños 16%.

Encuesta a clientes en La Avenida principal de Charallave

Para conocer ciertos aspectos de la demanda o cliente potencial objetivo, se diseñó e implementó la encuesta (ver Apéndice A en este TEG). Con lo cual se buscaba identificar características tales como preferencias, opiniones, y otros aspectos que permitan entender las motivaciones y expectativas del consumidor, para diseñar una estrategia comercial efectiva. Dicha encuesta se realizó entre los días 10 de abril y 20 de mayo del 2025.

La encuesta se dividió en dos aspectos para conocer el perfil del cliente y sus necesidades y preferencias, las preguntas fueron las siguientes:

1. Perfil del cliente

Tabla 3

Preguntas para evaluar la demanda

Item	Interrogante	Respuesta
1	¿Has comprado productos personalizados mediante sublimación antes (sí, no)?	
2	¿Con qué frecuencia compras productos personalizados (alta, media, baja)?	
3	¿Qué tipo de artículos personalizados prefieres (tazas, camisetas, termos, gorras, stiker, artículos publicitarios)?	
4	¿Dónde sueles comprar productos personalizados (tienda física, redes sociales)?	

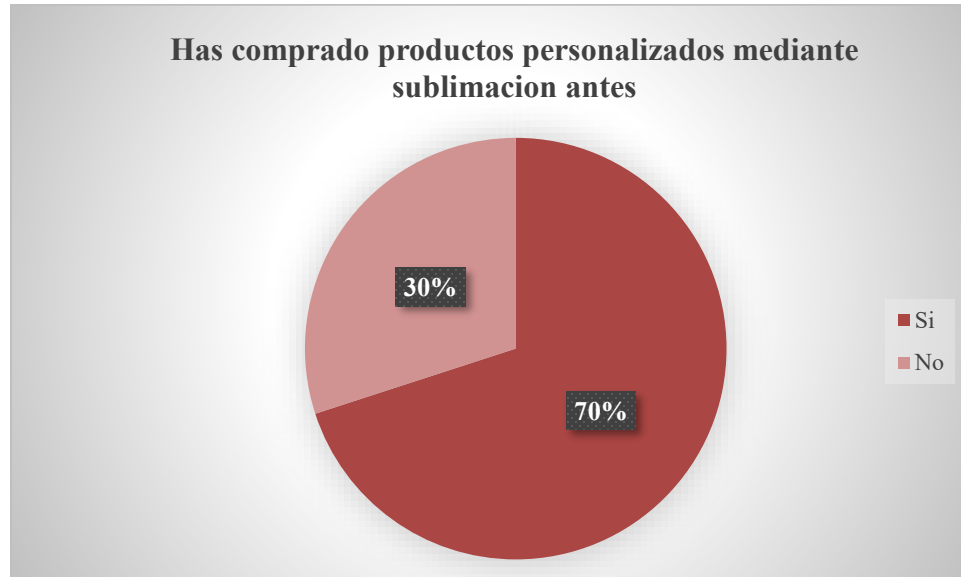
Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la primera etapa de la encuesta del perfil del cliente:

1. ¿Has comprado productos personalizados mediante sublimación antes?

Figura 2

Gráfica Demanda de productos personalizados



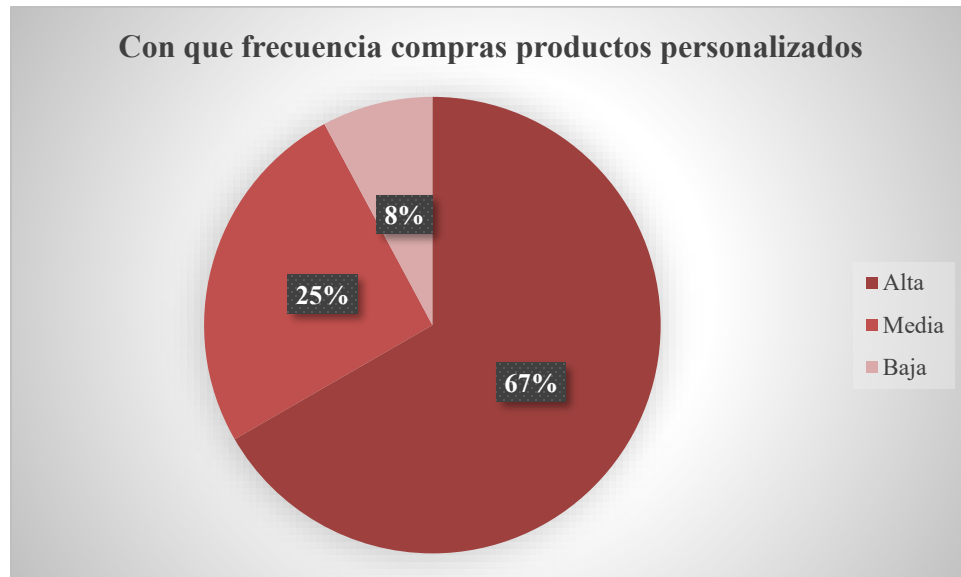
Fuente: Elaboración propia.

El objetivo de esta pregunta fue conocer la experiencia previa y el nivel de familiaridad de los participantes con productos de sublimación. Los resultados reflejan que el 70 % nunca ha realizado artículos personalizados, lo que representa una oportunidad para captar nuevos clientes y educarlos sobre las ventajas de la sublimación, mientras que el 30 % sí tiene experiencia previa, conformando un segmento con conocimientos que puede valorar la calidad y aportar retroalimentación.

2. ¿Con qué frecuencia compras productos personalizados?

Figura 3

Gráfica Frecuencia de compra de productos personalizados



Fuente: Elaboración propia.

El objetivo de esta pregunta fue analizar la frecuencia de compra con el fin de comprender los hábitos de consumo y estimar la posible demanda del mercado. Los resultados de la encuesta aplicada exclusivamente a personas que ya han adquirido productos muestran que el 67 % de los encuestados presenta una alta frecuencia de compra, el 25 % mantiene una frecuencia media, y el 8 % registra una frecuencia baja. Estos datos permiten identificar patrones de comportamiento en los consumidores actuales y ofrecen una base sólida para proyectar estrategias comerciales orientadas a fortalecer la relación con los clientes más recurrentes y estimular la participación de aquellos con menor frecuencia de adquisición.

3. ¿Qué tipo de artículos personalizados prefieres (tazas, camisetas, gorras, otros)?

Figura 4

Gráfica Artículos solicitados con mayor frecuencia



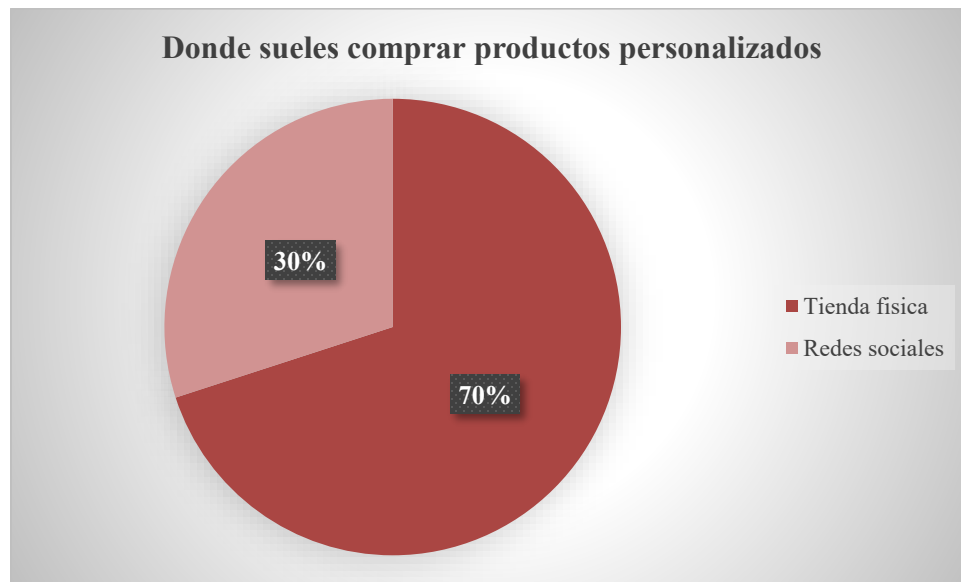
Fuente: Elaboración propia.

El propósito de esta pregunta fue identificar cuáles productos generan mayor interés entre los clientes con el fin de establecer prioridades en la oferta del negocio. Los resultados de la encuesta muestran que el 33 % de los encuestados prefieren las tazas, seguidos por un 25 % que se inclina por las camisetas, un 17 % por artículos publicitarios, un 13 % por termos, un 8 % por gorras y un 4 % por stickers. Estos datos permiten reconocer los artículos más demandados y orientar la planificación hacia aquellos con mayor aceptación, optimizando así la estrategia comercial y el diseño de la propuesta de valor.

4. ¿Dónde sueles comprar productos personalizados (tienda física, redes sociales)?

Figura 5

Gráfica Artículos más solicitados



Fuente: Elaboración propia.

El propósito de esta pregunta fue identificar los canales de compra preferidos por los clientes con el fin de ajustar la estrategia de ventas y distribución del negocio. Los resultados de la encuesta revelan que el 70 % de los encuestados prefiere realizar sus compras en línea, mientras que el 30 % opta por adquirir productos en tiendas físicas, lo que evidencia una marcada inclinación hacia el comercio digital y señala la necesidad de fortalecer las plataformas virtuales sin descuidar la atención presencial.

2. Preferencias y necesidades

Tabla 4

Preguntas para evaluar la preferencias y necesidades

Item	Interrogante	Respuesta
1	¿Qué aspectos consideras más importantes al elegir un producto personalizado (precio, calidad, rapidez de entrega)?	
2	¿Qué rango de precios estás dispuesto/a en pagar por un producto personalizado (0-10\$, 10-20\$, 20-30\$)?	
3	¿Te gustaría que el negocio ofreciera opciones de diseño personalizadas (sí, no)?	
4	¿Cuáles serían tus principales razones para comprar productos de sublimación regalos, uso propio, publicidad)?	

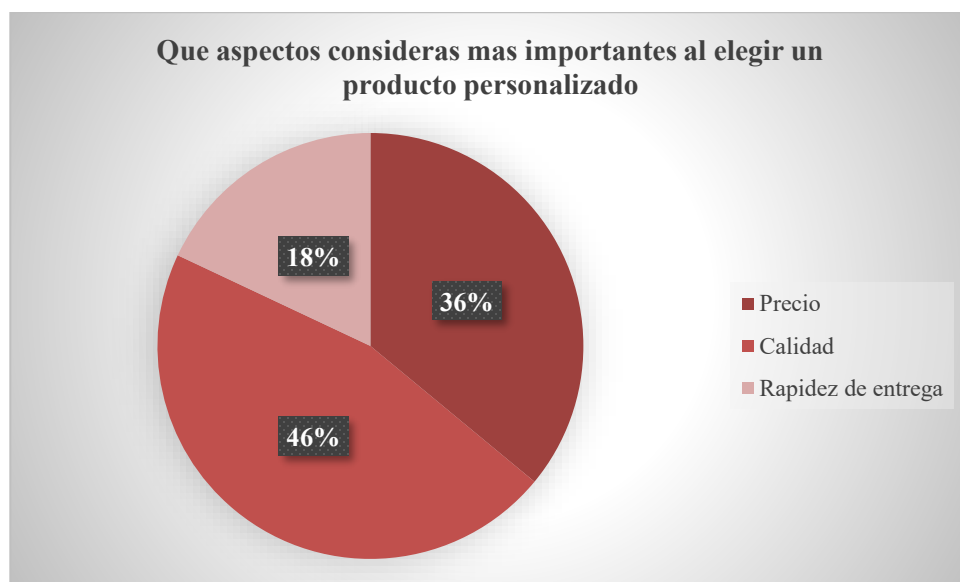
Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la segunda etapa de la encuesta de preferencias y necesidades:

1. ¿Qué aspectos consideras más importantes al elegir un producto personalizado (precio, calidad, diseño, rapidez de entrega)?

Figura 6

Gráfica Preferencias de compra



Fuente: Elaboración propia.

El propósito de esta pregunta fue identificar los factores que influyen en la decisión de compra con el fin de optimizar la propuesta de valor del negocio. Los resultados de la encuesta muestran que el 46 % de los encuestados prioriza la calidad de los productos, el 36 % otorga mayor importancia a los precios competitivos, y el 18 % considera la rapidez en la entrega como el aspecto decisivo. Estos hallazgos permiten comprender qué atributos son más valorados por los clientes y orientan las estrategias hacia el fortalecimiento de la calidad, el ajuste de precios y la mejora en los tiempos de respuesta, garantizando así una oferta más alineada con las expectativas del mercado.

2. ¿Qué rango de precios estás dispuesto/a en pagar por un producto personalizado?

Figura 7

Gráfica Intervalos de precios



Fuente: Elaboración propia.

El propósito de esta pregunta fue establecer un precio competitivo que se ajuste a las expectativas del mercado y a las percepciones de los clientes. Los resultados de la encuesta

evidencian que el 60 % de los encuestados manifiesta preferencia por precios bajos, el 30 % se inclina por precios intermedios, y solo el 10 % opta por precios altos. Estos hallazgos permiten comprender la sensibilidad del público frente al factor precio y orientan la estrategia comercial hacia la definición de tarifas accesibles, sin descuidar la calidad y el valor agregado de los productos, garantizando así una propuesta equilibrada y atractiva para la mayoría del mercado.

3. ¿Te gustaría que el negocio ofreciera opciones de diseño personalizadas?

Figura 8

Opciones de personalización



Fuente: Elaboración propia.

El propósito de esta pregunta fue identificar la demanda de personalización exclusiva y evaluar su viabilidad dentro del mercado. Los resultados de la encuesta reflejan una tendencia absoluta: el 100 % de los encuestados manifestó preferir que los productos sean totalmente personalizados según sus gustos y necesidades. Este hallazgo evidencia que la personalización completa constituye un factor decisivo en la propuesta de valor

4. ¿Cuáles serían tus principales razones para comprar productos de sublimación?

Figura 9

Gráfica Razones para personalizar



Fuente: Elaboración propia.

El objetivo de esta pregunta es comprender las motivaciones detrás de la compra para mejorar estrategias de marketing. Como resultado de la encuesta se determinó que el 70% lo usan para regalos, el 20% para uso personal y el 10% para fines publicitarios.

Los resultados obtenidos a través de la observación y la encuesta describen aspectos característicos de la demanda y competencia que fueron utilizados, en la elaboración de la estrategia comercial.

Metodología y Técnicas del Proyecto

Estudio Del Aspecto Técnico–Operativo

La viabilidad técnica de un negocio de sublimación requiere una infraestructura adecuada con equipos especializados, como impresoras y prensas térmicas, además de condiciones ambientales óptimas para el proceso. Se deben definir procedimientos eficientes de producción, desde el diseño gráfico hasta la transferencia térmica y control de calidad. A continuación, los aspectos necesarios de infraestructura y equipamiento para un negocio de personalización de artículos.

Tabla 5

Infraestructura y equipamiento

Elementos	Descripción
Espacio físico	Local entre 10-30 m^2
Equipos esenciales	Impresoras, prensas térmicas, computadora con software de diseño
Condiciones ambientales	Control de temperatura y humedad para calidad óptima
Iluminación	Adecuada para el trabajo de diseño y producción

Fuente: Elaboración propia.

Además, la gestión de insumos es clave para garantizar disponibilidad y optimizar costos, mientras que la capacidad productiva y la escalabilidad permiten atender la demanda y adaptarse al crecimiento. Los suministros bases son los siguientes.

Tabla 6*Materias primas y suministros*

Material	Uso
Papel de sublimación	Transferencia del diseño
Tintas de sublimación	Colores duraderos en distintos materiales
Productos base	Camisetas, tazas, termos, llaveros, etc.
Cinta térmica	Para asegurar la correcta fijación del diseño

Fuente: Elaboración propia.

La viabilidad operativa implica el estudio detallado de cada paso en un proceso operativo, desde la producción hasta la distribución, evaluando variables como el tiempo, los materiales y el personal involucrado. Implementar un análisis de operaciones efectivo puede llevar a una mayor productividad y competitividad en el mercado. Las consideraciones operativas son las siguientes.

Tabla 7*Aspectos operativos*

Método	Descripción
Unidades externas	Los proveedores de servicios externos
Organigrama	Personal y roles del negocio
Tecnologías administrativas	Tecnologías para gestionar el negocio
Impacto económico	Costos de servicios externos y operatividad

Fuente: Elaboración propia.

Estudio Del Aspecto Financiero

La viabilidad financiera depende de un equilibrio entre costos iniciales, gastos operativos y rentabilidad proyectada. La inversión inicial incluye equipos de sublimación, insumos y adecuación del espacio. A continuación, se visualizarán las consideraciones para la inversión inicial y gastos operativos mensuales.

Tabla 8

Consideraciones para una Inversión inicial

Concepto	Descripción
Equipos	Impresoras, prensas térmicas, computadoras
Insumos iniciales	Papel de sublimación, tintas, productos base
Infraestructura	Adecuación del espacio, Lugar
Marketing y publicidad	Creación de redes sociales, material promocional

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9

Costos operativos mensuales

Concepto	Descripción
Energía eléctrica	Dependiendo de la producción
Reposición de insumos	Papel, tintas, productos sublimables
Mano de obra	Sueldo de empleados
Publicidad y marketing	Anuncios en redes, promociones
Gastos administrativos	Alquiler, servicios, impuestos

Fuente: Elaboración propia.

La generación de ingresos se basa en la demanda del mercado, fijación de precios competitivos y estrategias de promoción eficientes. Para garantizar la sostenibilidad, se debe calcular el punto de equilibrio, establecer márgenes de ganancia adecuados y optimizar costos sin comprometer la calidad. Además, la diversificación de productos y la fidelización de clientes son clave para aumentar la rentabilidad y asegurar el crecimiento del negocio a largo plazo. Las consideraciones para proyecciones y rentabilidad son las siguientes.

Tabla 10

Proyección de ingresos

Concepto	Descripción
Precio promedio por unidad	Basado en competencia y costos
Cantidad estimada de ventas mensuales	Según demanda y capacidad productiva
Margen de ganancia	Diferencia entre costos y precio de venta
Punto de equilibrio	Productos mínimos a vender para cubrir costos

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11

Rentabilidad y crecimiento

Concepto	Descripción
Diversificación de productos	Mayor alcance en el mercado
Fidelización de clientes	Ventas recurrentes y publicidad mediante testimonios
Optimización de costos	Mejora del margen de ganancia
Expansión del negocio	Posibilidad de aumentar la producción

Fuente: Elaboración propia.

Metodología PMBOK

En un negocio de personalización, la metodología PMBOK se aplica mediante la fase de inicio, se define el alcance del negocio, los productos personalizados y el mercado objetivo. Luego, en la planificación, se estructuran los recursos, costos y estrategias de producción, distribución y marketing. A continuación, se reflejan las cinco fases del PMBOK

Tabla 12

Grupo de procesos de la metodología PMBOK

Grupo de procesos	Aplicación en un negocio de Personalización de artículos
Inicio	Definición del objetivo del negocio, estudio de mercado y viabilidad financiera.
Planificación	Elaboración del plan de negocios, identificación de recursos y costos, establecimiento de estrategias de marketing.
Ejecución	Adquisición de equipos, gestión de insumos, producción y comercialización de productos sublimados.
Monitoreo y Control	Evaluación de calidad, control de costos, análisis de satisfacción del cliente, ajustes de producción según demanda.
Cierre	Evaluación de rentabilidad, consolidación del negocio, expansión o mejoras estratégicas.

Fuente: Elaboración propia.

La gestión de un negocio de personalización, basada en las áreas de conocimiento del PMBOK. Se define el alcance del negocio y los productos ofrecidos, estableciendo una

planificación detallada que optimiza el tiempo y costos mediante estrategias financieras adecuadas. La calidad se controla en cada etapa de producción para asegurar satisfacción del cliente, mientras que los recursos se gestionan con eficiencia, desde insumos hasta equipos especializados. La comunicación con clientes y proveedores es clave para fortalecer relaciones comerciales y potenciar la marca, complementada con la identificación y mitigación de riesgos operativos. Además, la adquisición de materiales debe garantizar disponibilidad y rentabilidad, mientras que la gestión de interesados busca fidelizar clientes y establecer alianzas estratégicas que contribuyan al crecimiento del negocio.

Tabla 13

Áreas del conocimiento de la metodología PMBOK

Área de conocimiento	Aplicación en
Gestión de la Integración	Coordinación de todas las áreas del negocio para lograr eficiencia en la producción y ventas.
Gestión del Alcance	Definir los productos personalizados, segmentos de clientes y servicios adicionales.
Gestión del Tiempo	Establecer cronogramas de producción, tiempos de entrega y planificación de pedidos.
Gestión del Costo	Análisis financiero, cálculo del punto de equilibrio y fijación de precios competitivos.
Gestión de la Calidad	Control en los procesos de sublimación para garantizar productos duraderos y con buena impresión.

Tabla 13

Continuación de la tabla 13

Área de conocimiento	Aplicación en
Gestión de los Recursos	Adquisición de equipos, gestión de insumos y optimización del espacio de producción.
Gestión de la Comunicación	Estrategia de comunicación con clientes, publicidad y redes sociales.
Gestión del Riesgo	Identificación de riesgos como fluctuación en costos de insumos, competencia y cambios en la demanda.
Gestión de las Adquisiciones	Negociación con proveedores de materias primas y logística de distribución.
Gestión de los Interesados	Interacción con clientes, alianzas estratégicas con negocios relacionados y proveedores.

Fuente: Elaboración propia.

Metodología Canvas

Beneficia un negocio de personalización de artículos al proporcionar una estructura clara para definir su propuesta de valor, identificar segmentos de clientes y optimizar costos. Permite visualizar cómo los recursos clave, como maquinaria y materiales, se alinean con las actividades esenciales, como el diseño y la producción. Además, ayuda a establecer canales de distribución efectivos, mejorar la relación con los clientes y definir estrategias de ingresos, asegurando un crecimiento sostenible.

Tabla 14*bloques de la metodología canvas*

Bloque	Descripción
Segmentos de clientes	Define los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige la imprenta
Propuesta de valor	Es el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento específico.
Canales	Describe cómo la empresa comunica y entrega su propuesta de valor.
Relación con clientes	Define el tipo de vínculo que se establece.
Fuentes de ingresos	Representa el flujo de caja que genera la empresa
Recursos claves	Incluye recursos físicos
Actividades claves	Son las acciones críticas que el negocio debe ejecutar.
Socios claves	Proveedores de insumos, diseñadores gráficos, plataformas de venta en línea.
Estructura de costos	Materiales, mantenimiento de equipos, publicidad, logística, costos operativos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15*Tabla de variables*

Objetivos específicos	Variable	Tipo de variable	Descripción de la variable	Dimensiones	Indicador	Instrumento
Realizar el estudio de mercado	Demanda	Cualitativo	Factores característicos de la demanda, necesarios de analizar para desarrollar una estrategia de captación y fidelización	Opciones personalizadas	Preferencias de opciones	Encuesta/Observaciones
				Ubicación estratégica		
				Clientes potenciales	Edad/Sexo	Observación
	Competencia	Cualitativo	Proceso de identificación y análisis comparativo de los aspectos característicos de la competencia, sus fortalezas y debilidades.	Calidad servicio	Nivel de Satisfacción	Encuesta/Observaciones
				Calidad producto	Presentación	Encuesta/Observaciones
				Despacho	Preferencias de opciones	Encuesta/Observaciones
Objetivos específicos	Variable	Tipo de variable	Descripción de la variable	Dimensiones	Indicador	Instrumento
Evaluar la viabilidad técnica y operativa	Aspecto Técnico	Cualitativo	Evaluación de equipos e insumos a usar	Equipos	Cantidad	Observaciones de campo
	Aspecto operativo	Cualitativo	Evaluación de flujo de procesos e identificación de las actividades	Operaciones	Flujograma	Encuesta/Observaciones
Objetivos específicos	Variable	Tipo de variable	Descripción de la variable	Dimensiones	Indicador	Instrumento
Evaluar la viabilidad financiera	Recursos Económicos	Cuantitativo	Determinar la cantidad de dinero necesario	Recursos	Estados financieros	Indicadores financieros
			Actividades cuyo objetivo es predecir el flujo de caja	Estimación de egresos	Estructura de costos	Indicadores financieros
	Finanzas	Cuantitativo		Estimación de ingresos	Estados financieros	Indicadores financieros

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Este capítulo presenta la aplicación de la metodología propuesta para diseñar el modelo de negocio de personalización de artículos. En primer lugar, se presenta la matriz DOFA. Seguidamente del estudio de factibilidad técnico, operativo y financiero. Luego, se aplicará la metodología del PMBOK, junto a sus áreas del conocimiento. Para terminar, con el lienzo CANVAS del negocio.

Matriz DOFA

Esta matriz permite identificar dónde enfocar los esfuerzos estratégicos:

- Potenciar fortalezas.
- Aprovechar oportunidades.
- Corregir debilidades.
- Prepararse ante amenazas.

Figura 10

Matriz DOFA

Matriz DOFA	Debilidades (D) ➤ Falta de posicionamiento de marca ➤ Necesidad constante de innovación ➤ Riesgo de errores en pedidos personalizados ➤ Dificultad para escalar rápidamente	Fortalezas (F) ➤ Alta capacidad de personalización ➤ Bajos costos de producción ➤ Variedad de productos ➤ Capacidad de adaptación a tendencias ➤ Atención personalizada al cliente
	Oportunidades ➤ Creciente demanda de productos ➤ Tendencias en regalos ➤ Plataformas de venta digital ➤ Eventos corporativos y sociales	Estrategias (DO) ➤ Usar plataformas de venta digital para posicionar tu marca ➤ Automatizar procesos para reducir errores en pedidos personalizados ➤ Participar en ferias y eventos para ganar visibilidad
	Amenazas ➤ Baja fidelidad del cliente ➤ Crisis económicas o inflación ➤ Variabilidad en costos de materiales ➤ Cambios en gustos del consumidor	Estrategias (FO) ➤ Capacidad de personalización para crear productos para eventos corporativos y sociales ➤ Atención personalizada a clientes que buscan regalos originales ➤ Crear colecciones temáticas aprovechando tendencias de consumo
	Estrategias (DA) ➤ Plan financiero para enfrentar variabilidad en costos de materiales ➤ Crear manuales operativos para estandarizar procesos ➤ Fortalecer propuesta de valor para competir con precios bajos	Estrategias (FA) ➤ Control de calidad para evitar errores ➤ Aprovechar capacidad de adaptación para responder a crisis económicas con productos accesibles ➤ Adaptarse rápidamente a cambios en gustos del consumidor

Fuente: Elaboración propia.

Estudio de factibilidad técnica

Tamaño del proyecto:

Charallave tiene aproximadamente 75,000 habitantes. Incluye familias, jóvenes, estudiantes, profesionales y negocios locales. Aproximadamente el 10-20% de la población puede estar interesada en productos personalizados, lo que equivale a 7,500-15,000 personas. El negocio tendrá la capacidad estándar de crear 100 productos personalizados diarios.

Localización / ubicación. El negocio de personalización de artículos requiere de un local físico que estará ubicado en la zona céntrica de Charallave Edo Miranda, Venezuela.

Figura 11

Mapa Charallave



Fuente: <https://es.weather-forecast.com/locations/Charallave/forecasts/latest>

Proximidad de materias primas. Las materias primas e insumos necesarios para elaborar artículos personalizados se adquieren en Caracas, ubicada a una distancia relativamente corta de Charallave, con un tiempo de traslado aproximado de 45 minutos.

Los materiales necesarios para la remodelación de un local pueden adquirirse fácilmente en Charallave, ya que la zona cuenta con una amplia variedad de establecimientos dedicados a la venta de insumos para construcción.

Medios de transporte. Charallave es una de los pocos pueblos de los valles del tuy, que cuenta con el sistema ferroviario IFE. Donde la estación y terminal de pasajeros está relativamente céntrico, así el personal de trabajo y la clientela tendrá facilidad de acceso.

Disponibilidad de servicios públicos. En la zona céntrica de Charallave, los servicios públicos como agua potable, electricidad, transporte, alumbrado y recolección de desechos están disponibles, aunque su calidad puede variar.

Influencia del clima. Charallave presenta un clima cálido y húmedo, con temperaturas que oscilan entre los 22 °C y 33 °C. El cielo suele estar parcialmente nublado y hay probabilidad de lluvias ligeras

Mano de obra. En la localidad de Charallave, se dispone de una gran variedad de servicios de contratas. Donde, proporcionan personal que se encargara de la remodelación y acondicionamiento del local.

Descripción técnica del producto o servicio

Esta descripción técnica, muestra los productos personalizados y los servicios adicionales que se encontraran disponibles en el negocio.

Productos Personalizados

1. Camisetas:

- **Material:** Algodón 100% o mezclas de poliéster.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación en camisetas de poliéster y transferencia térmica en algodón.
- **Opciones de Personalización:** Diseños personalizados, nombres, logotipos, gráficos y fotografías.
- **Tamaño y Estilo:** Varias tallas (S, M, L, XL) y estilos (manga corta, manga larga, cuello redondo, cuello en V).

2. Tazas:

- **Material:** Cerámica blanca de alta calidad.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación para diseños duraderos y resistentes al lavado.
- **Opciones de Personalización:** Imágenes, frases, nombres y logotipos.
- **Tamaño y Estilo:** Estándar de 11 oz y 15 oz; modelos rectos, cónicos y mágicos (que cambian con la temperatura).

3. Gorras:

- **Material:** Algodón, poliéster o mezclas.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación y bordado.

- **Opciones de Personalización:** Logos de equipos, nombres, imágenes y diseños personalizados.

4. Botellas térmicas:

- **Material:** Acero inoxidable con recubrimiento blanco para sublimación.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación térmica o grabado láser.
- **Opciones de Personalización:** Nombres, frases motivacionales, logotipos, ilustraciones.
- **Tamaño y Estilo:** 500 ml y 750 ml; modelos rectos, deportivos, con tapa rosca o pop-up.

5. Rompecabezas personalizados:

- **Material:** Cartón sublimable o MDF.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación directa.
- **Opciones de Personalización:** Fotografías familiares, ilustraciones, mensajes.
- **Tamaño y Estilo:** 20, 30, 60, 100 piezas; formatos A4 y carta.

6. Portavasos:

- **Material:** MDF, corcho o acrílico sublimable.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación o impresión UV.
- **Opciones de Personalización:** Logos, frases, patrones decorativos.
- **Tamaño y Estilo:** Redondos o cuadrados (9x9 cm), con bordes rectos o curvos.

7. Cuadernos personalizados:

- **Material:** Cartón sublimable para portada, hojas de papel bond.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación en portada o impresión digital.
- **Opciones de Personalización:** Portadas con nombres, ilustraciones, frases.
- **Tamaño y Estilo:** Tamaño A5 o carta, espiral o empastado.

8. Llaveros:

- **Material:** MDF, acrílico, cuero sintético o metal.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación, grabado láser o impresión UV.
- **Opciones de Personalización:** Nombres, fechas, logotipos, mini retratos.
- **Tamaño y Estilo:** Diversas formas (corazón, círculo, rectángulo), con anillo metálico o mosquetón.

9. Mouse Pads:

- **Material:** Goma antideslizante con superficie de tela de poliéster.
- **Técnica de Personalización:** Sublimación térmica.
- **Opciones de Personalización:** Diseños gráficos, frases motivacionales, logotipos.
- **Tamaño y Estilo:** Estándar (22x18 cm), gamer (30x80 cm), bordes rectos o redondeados.

10. Stickers personalizados:

- **Material:** Vinil adhesivo (brillante, mate, transparente o holográfico).
- **Técnica de Personalización:** Corte con plotter o Cameo.
- **Opciones de Personalización:** Logos, frases, ilustraciones, nombres, íconos.
- **Tamaño y Estilo:** Desde 3 cm hasta tamaño A4; formas variadas (redondas, cuadradas, troqueladas).

11. Etiquetas para frascos o productos:

- **Material:** Vinil adhesivo resistente al agua o papel adhesivo.
- **Técnica de Personalización:** Corte de precisión con plotter.
- **Opciones de Personalización:** Nombres de productos, ingredientes, fechas, logotipos.
- **Tamaño y Estilo:** Personalizadas según el envase; estilos minimalistas, vintage o coloridos.

12. Cajas decorativas o de regalo:

- **Material:** Cartulina, papel kraft, papel perlado.
- **Técnica de Personalización:** Corte y plegado con Cameo.
- **Opciones de Personalización:** Nombres, mensajes, formas troqueladas.
- **Tamaño y Estilo:** Pequeñas (para dulces o joyas) hasta medianas; estilos elegantes, infantiles o festivos.

13. Tarjetas personalizadas:

- **Material:** Cartulina, papel fotográfico, papel texturizado.
- **Técnica de Personalización:** Corte, impresión y detalles en vinil.
- **Opciones de Personalización:** Invitaciones, agradecimientos, mensajes especiales.
- **Tamaño y Estilo:** Tamaño A6, A5 o personalizado; estilos clásicos, modernos o temáticos.

14. Decoración para paredes o vitrinas:

- **Material:** Vinil adhesivo removible o permanente.
- **Técnica de Personalización:** Corte de diseño con plotter.
- **Opciones de Personalización:** Frases, siluetas, logotipos, patrones.

- **Tamaño y Estilo:** Desde pequeños detalles hasta murales; estilos decorativos, motivacionales o corporativos.

15. Pulseras de cuero grabadas:

- **Material:** Cuero natural o sintético.
- **Técnica de Personalización:** Grabado láser con baja potencia.
- **Opciones de Personalización:** Nombres, fechas, símbolos.
- **Tamaño y Estilo:** Ajustables; estilos casuales, románticos o con cierre metálico.

16. Identificadores de mascotas:

- **Material:** Aluminio, acero inoxidable o acrílico.
- **Técnica de Personalización:** Grabado láser profundo.
- **Opciones de Personalización:** Nombre del animal, número de contacto, íconos.
- **Tamaño y Estilo:** Formas hueso, corazón, círculo; colores variados

Servicios Ofrecidos

1. Diseño Gráfico Personalizado:

- **Descripción:** Creación de diseños únicos a solicitud del cliente utilizando software de diseño gráfico profesional.
- **Software Utilizado:** Adobe Photoshop, Illustrator, CorelDRAW.

2. Asesoría de Diseño:

- **Descripción:** Asistencia en la elección de diseños, colores y materiales adecuados para el producto deseado.
- **Metodología:** Consulta con el cliente para entender sus necesidades y preferencias.

3. Sublimación y Transferencia Térmica:

- **Descripción:** Técnica de transferencia de diseños desde papel especial a productos mediante el uso de calor y presión.
- **Equipos Utilizados:** Impresoras de sublimación, planchas térmicas de alta presión y precisión.

4. Bordado Personalizado:

- **Descripción:** Adición de diseños personalizados mediante bordado en productos textiles.
- **Equipos Utilizados:** Máquinas de bordado computarizadas de alta precisión.

5. Empaque y Envío:

- **Descripción:** Servicio de empaque adecuado para proteger productos personalizados durante el envío.
- **Opciones de Envío:** Envío local y nacional con seguimiento.

6. Impresión en Vinil Textil (Termotransferencia):

- **Descripción:** Corte y aplicación de vinil textil sobre prendas mediante calor, ideal para nombres, logos y frases.
- **Equipos Utilizados:** Plotter de corte, prensa térmica, vinil textil

7. Grabado Láser en Artículos Promocionales:

- **Descripción:** Personalización de productos como bolígrafos, llaveros, termos y placas mediante grabado láser de alta precisión.
- **Equipos Utilizados:** Máquina de grabado láser CO₂ o de fibra óptica, software LightBurn o RDWorks.

8. Bordado Computarizado:

- **Descripción:** Personalización de textiles mediante bordado digital con hilos de colores, ideal para gorras, camisas y uniformes.
- **Equipos Utilizados:** Bordadora industrial, software de digitalización (Wilcom, Hatch).

9. Empaque Personalizado:

- **Descripción:** Diseño e impresión de empaques únicos para productos personalizados, como cajas, etiquetas y bolsas.
- **Software Utilizado:** Adobe Illustrator, Canva Pro, Cricut Design Space.
- **Equipos Utilizados:** Plotter de corte, impresora láser o de inyección, laminadora.

Identificación y selección de procesos

Constará de cinco procesos principales o fases, que a su vez tienen procesos internos los cuales se identifican como sigue:

❖ Fase I, Definición del mercado:

- Identificación de la audiencia objetivo
- Selección de los productos

❖ Fase II, Adquisición y compra:

- Compras de impresoras
- Compras de planchas y resistencias
- Compra de polter de corte
- Compra de grabadora laser
- Compra de insumos y artículos para personalizar

❖ Fase III, Creación de plan de negocios:

- Análisis de mercado
- Estrategia de precios

❖ Fase IV, Tienda física:

- Selección de ubicación
- Decoración y diseño del local
- Instalación de equipos

❖ Fase V, Operación.

- Gestión de inventario
- Atención al cliente

Listado De Equipos

Se requiere un presupuesto de 22000\$, para la compra de insumos y máquinas que se requieren. A continuación, el listado de equipos que se utilizarán en el proyecto:

Tabla 16

Equipos e insumos

Equipos\insumos	Modelo\marca	Unidades	Precio	Total
Impresora tabloide tinta continua injeck	Epson L8180	1	1200\$	1200\$
Tinta de impresora injeck	Epson\100ml	6	5\$	30\$
Resma hoja blancas	Office/100 hojas	5	5\$	25\$
Resma papel fotográfico	Color maker/50 hojas	5	10\$	50\$
Resma papel fotográfico adhesivo	Color maker/50 hojas	5	10\$	50\$
Impresora tinta continua injeck	Epson 1121	1	200\$	200\$
Tinta sublimación	Color maker\ 1litro	4	20\$	80\$
Resma hoja de sublimación	Color maker\ 50 hojas	5	10\$	50

Tabla 16*Continuación...*

Equipos\insumos	Modelo\marca	Unidades	Precio	Total
Cinta térmica	Color maker	5	5\$	25\$
Lamina teflón 60x40	Color maker	2	12\$	24\$
Impresora DTF	Epson L8180	1	1200\$	1200\$
Tintas DTF	Color maker\litro	5	80\$	400\$
Rollo 33x100 de papel filt	Color maker	2	70\$	140\$
Polvo blanco Filt	Color maker\ 1kilo	2	55\$	110\$
Impresora de gran formato 1.80m	Epson XP600	1	6650\$	6650\$
Rollo 1.80x100 Papel	Color maker	1	45\$	45\$
Polte de corte	Cameo 5	1	400\$	400\$
Kit de devaste	////	1	15\$	15\$
Vinilo Textil colores x metro	Colores varios	20	10\$	200\$
Vinilo adhesivo colores x metro	Colores varios	20	6\$	120\$
Guillotina a3	///	1	40\$	40\$
Maquina laser 40x40 con rotor giratorio	TT pro 10W	1	600\$	600\$
Plancha plana 60x40	Sublimación americana	3	500\$	1500\$
Máquina de tazas	Sublimación americana	5	200\$	1000\$
Resistencia de 11Oz	Sublimación americana	5	30\$	150\$
Resistencia de 750 ml	Sublimación americana	5	50\$	250\$
Plancha de gorras	Sublimación americana	5	300\$	1500\$
Caja de tazas	Color maker\ 36 unidades	5	50	250\$
Camisas talla S-M-L-XI-XXI	Algodón\blanca	100	2.5\$	250\$
Camisas talla S-M-L-XI-XXI	Algodón\Negra	100	3\$	300\$
Sueter Talla S-M-L-XI-XXL	Poliester\Colores varios	100	8\$	800\$
Gorras para sublimar	Colores varios	100	3\$	300\$
Caja de cooler	Tipo sheter\25 unidades	5	50\$	250\$
Servicios de marketing	Precio por mes	2	600\$	1200\$
Lapto	Asus zembo duo 32gb ram\1Tb ssd	1	2000\$	2000\$

Fuente: Elaboración propia.

Estudio De Factibilidad Operativa

Unidades Externas Al Proyecto

Son personas, organizaciones, instituciones o entidades que no forman parte directa del equipo de ejecución del proyecto, pero que influyen o se ven afectadas por él de alguna manera.

Agencia de marketing. Una agencia de marketing para un negocio de personalización de artículos puede ayudar a desarrollar una identidad de marca sólida, implementar estrategias de marketing digital, crear contenido atractivo, gestionar redes sociales, ejecutar campañas de marketing y publicidad, analizar el rendimiento de las campañas y facilitar colaboraciones para aumentar la visibilidad y atraer más clientes.

Agencia de diseño y remodelación. Una agencia de diseño y remodelación para una tienda de personalización de artículos desempeñar varias funciones clave para transformar y optimizar el espacio de la tienda. Entre estas funciones se incluyen la planificación del diseño interior, la selección de mobiliario y decoración, la optimización del espacio de trabajo y la creación de un ambiente atractivo y funcional para los clientes y el personal. Además, pueden gestionar la remodelación del local, desde la pintura hasta las instalaciones eléctricas y de iluminación, asegurando que todo esté alineado con la identidad de marca y las necesidades operativas del negocio. Esta agencia también puede ofrecer asesoramiento sobre la disposición de productos y áreas de exhibición para maximizar la experiencia del cliente y fomentar las ventas.

Proveedores de Insumos y Equipos. Proveedores que suministran las máquinas de sublimación, tintas, papel de transferencia y otros materiales necesarios para la producción.

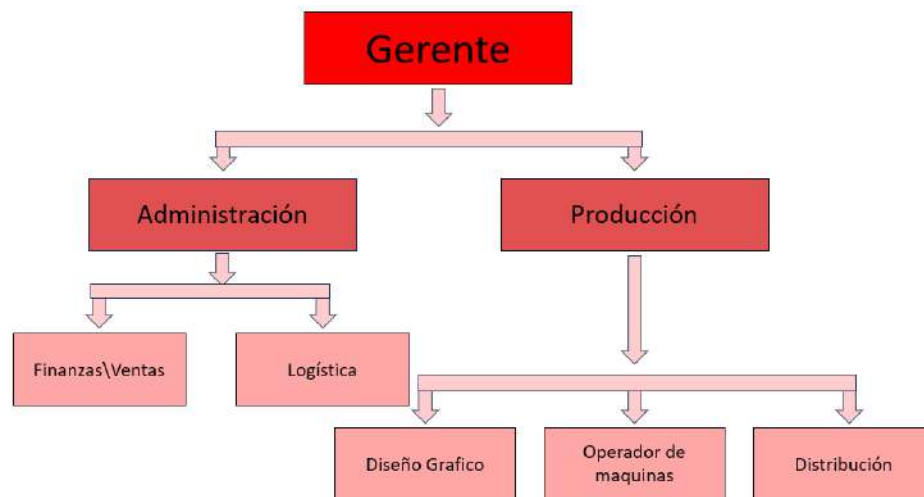
Servicios de Transporte y Logística. Compañías que manejan la distribución y entrega de productos terminados a los clientes, así como el transporte de insumos y materiales a la tienda.

Tamaño De La Estructura Organizativa

La organización será proyectada en la gestión, se centrará en proyectos individuales, en lugar de funciones o departamentos específicos. Esta estructura es muy común en negocios que manejan pedidos personalizados o trabajos a medida, como es el caso de un negocio de personalización.

Figura 12

Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

Gerente. Este nivel representa la máxima autoridad del negocio y se encarga de la planificación estratégica, la toma de decisiones y la supervisión de todas las áreas. Su función es garantizar que los objetivos se cumplan, coordinar recursos y establecer la visión a largo plazo del taller de personalización de artículos.

Área administrativa. Aquí se concentran las tareas relacionadas con la gestión financiera, el control de inventarios y la compra de insumos, además de la atención al cliente y las ventas.

Área de logística. Este nivel se encarga del empaque, la distribución y la entrega de los productos al cliente. Su responsabilidad es asegurar que los artículos lleguen en óptimas condiciones y dentro de los plazos establecidos, además de realizar el seguimiento postventa para reforzar la confianza y fidelización de los clientes.

Área de Producción. Este nivel se ocupa de transformar las ideas en productos personalizados. Incluye la creación de diseños gráficos, la preparación de materiales, la operación de las máquinas de sublimación y el control de calidad de los artículos terminados. Su función es garantizar que cada producto cumpla con los estándares de personalización y satisfacción del cliente.

Tecnología Administrativa

Se refiere al conjunto de métodos, técnicas, herramientas, normas y procedimientos que permiten organizar, planificar, dirigir y controlar los recursos de una organización o proyecto.

Adobe Illustrator. Se utiliza para crear diseños vectoriales, logotipos y artes escalables sin perder calidad. Es ideal para vinilos, bordados y grabado láser.

Adobe Photoshop. Sirve para editar imágenes, hacer retoques fotográficos y preparar artes con perfiles de color adecuados para sublimación.

CorelDRAW. Muy popular en talleres de sublimación y serigrafía. Permite trabajar con vectores y tipografías de manera precisa y sencilla.

Affinity Designer / Affinity Photo. Alternativas más económicas a Adobe, con funciones profesionales para ilustración y edición de imágenes.

Canva Pro. Herramienta práctica para diseños rápidos y material promocional en redes sociales. Aunque menos potente para producción técnica, es útil para marketing.

Silhouette Studio / Cricut Design Space. Programas para manejar plotters de corte, permiten importar diseños y ajustarlos al material (vinilo textil, adhesivos, stickers).

Sawgrass Print Manager / EasySubli. Software especializado para impresoras de sublimación Sawgrass. Optimiza perfiles de color y calidad de impresión.

Roland VersaWorks / Mimaki RasterLink. Controladores para impresoras y plotters industriales. Permiten gestionar impresión, corte y perfiles de color avanzados.

Wilcom / Hatch Embroidery. Programas de bordado computarizado que convierten diseños gráficos en patrones de puntadas para máquinas bordadoras.

LightBurn / RDWorks. Software para grabadoras láser. Permite configurar potencia, velocidad y trayectorias de corte o grabado con gran precisión.

Power BI / Google Data Studio. Herramientas de análisis y visualización de datos para controlar ventas, costos y márgenes.

Trello / Notion. Aplicaciones para organizar pedidos, flujos de trabajo y tareas del equipo.

WhatsApp Business / Meta Business Suite. Plataformas para gestionar clientes, responder pedidos y coordinar campañas de marketing digital.

Impacto económico de la estructura organizativa

Alquiler De Local. El impacto económico de alquilar un local, para una tienda de artículos personalizados. Puede ser significativo y multifacético. Por un lado, implica una inversión inicial considerable en términos de renta, depósito de seguridad y adecuación del espacio.

1. Costo mensual 500\$
2. 3 meses de anticipo 1500\$
3. 3 meses de depósito 1500\$
4. Contrato 10\$

Costo total inicial del alquiler 3510\$

Movilización. La movilización del personal en un negocio de personalización de artículos implica costos de transporte, tiempo de desplazamiento que puede afectar la productividad.

Se estima un presupuesto de 500\$ para la movilización de los supervisores durante el periodo del proyecto.

Agencia de marketing. Contratar una agencia de marketing requiere una inversión considerable en los servicios de la agencia, incluyendo la creación de campañas publicitarias, estrategias de marketing digital y gestión de redes sociales. Sin embargo, esta inversión puede generar un alto retorno al aumentar la visibilidad de la tienda, atraer nuevos clientes y mejorar la retención de los existentes. Una agencia de marketing profesional puede optimizar el presupuesto publicitario, segmentar el mercado de manera efectiva y crear contenido atractivo que diferencie a la tienda de la competencia. En resumen, aunque representa un costo adicional, los beneficios económicos potenciales en términos de aumento de ventas y crecimiento del negocio pueden superar ampliamente la inversión inicial.

El plan básico de una agencia profesional está valorado en 600\$ mensuales, los cuales incluyen:

1. **Análisis de Mercado:** Estudio detallado del mercado, incluyendo el análisis de la competencia, el perfil del cliente objetivo y las tendencias del sector.
2. **Objetivos de Marketing:** Definición de metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y limitadas en el tiempo (SMART) que la tienda quiere alcanzar, como aumentar las ventas, mejorar la visibilidad de la marca o expandir la base de clientes.
3. **Estrategias de Marketing:** Estrategias generales que se utilizarán para alcanzar los objetivos, como la diferenciación del producto, el liderazgo en costos o la focalización en un nicho específico de mercado.
4. **Tácticas de Marketing:** Acciones específicas y concretas que se llevarán a cabo para implementar las estrategias, tales como campañas publicitarias, promociones, eventos, marketing en redes sociales, y marketing de contenido.

5. **Presupuesto de Marketing:** Detalle del presupuesto asignado a cada táctica de marketing, incluyendo los costos de publicidad, promociones, investigación de mercado y cualquier otro gasto relacionado con el marketing.
6. **Calendario de Marketing:** Cronograma que especifica cuándo se realizarán cada una de las tácticas de marketing a lo largo del año o periodo planificado.
7. **Métricas y KPI:** Indicadores clave de desempeño (KPI) y otras métricas que se utilizarán para medir el éxito de las estrategias y tácticas de marketing, como el retorno de la inversión (ROI), la tasa de conversión de ventas, y el engagement en redes sociales.
8. **Análisis FODA:** Evaluación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la tienda en el contexto del mercado y la competencia.
9. **Estrategias de Segmentación, Posicionamiento y Targeting (STP):** Definición de los segmentos de mercado a los que se dirigirá la tienda, la forma en que se posicionará en la mente de los consumidores, y cómo se alcanzarán estos segmentos.
10. **Plan de Contingencia:** Estrategias alternativas que se implementarán en caso de que las tácticas originales no den los resultados esperados.

Agencia De Remodelación Y Diseño. Inicialmente, los costos pueden ser altos, ya que se incluyen los honorarios de los diseñadores, arquitectos y contratistas, así como los materiales y la mano de obra. Sin embargo, una agencia profesional puede transformar el espacio en un entorno atractivo y funcional, lo que puede aumentar el atractivo de la tienda y mejorar la experiencia del cliente. Esto, a su vez, puede atraer a más clientes, incrementar las ventas y fomentar la lealtad del cliente a largo plazo. Además, un diseño bien ejecutado puede optimizar el uso del espacio, mejorar la

eficiencia operativa y reducir costos operativos futuros relacionados con el mantenimiento y las reparaciones. Por lo tanto, aunque la inversión inicial puede ser considerable, los beneficios económicos a largo plazo pueden justificar esta inversión, siempre y cuando se realice una planificación y ejecución adecuadas.

Los materiales necesarios son:

Materiales de Construcción y Remodelación

1. **Pintura y Barnices:** Para renovar las paredes y darle un aspecto fresco y atractivo al local.
2. **Paneles de Yeso y Pladur:** Para reparar o construir paredes y divisiones internas.
3. **Suelos y Revestimientos:** Baldosas, laminados, alfombras u otros materiales para renovar el suelo.
4. **Iluminación:** Lámparas, focos LED y accesorios de iluminación para crear un ambiente bien iluminado y acogedor.
5. **Mobiliario:** Estanterías, mesas de trabajo, mostradores, vitrinas y sillas para exhibir productos y facilitar el trabajo diario.
6. **Materiales Eléctricos:** Cables, enchufes, interruptores y paneles eléctricos para asegurar una instalación eléctrica adecuada.
7. **Fontanería:** Si el local requiere servicios de agua, necesitarás tuberías, grifos y accesorios de fontanería.

Equipamiento y Decoración

1. **Elementos Decorativos:** Cuadros, plantas, carteles y otros elementos decorativos que reflejen la identidad de la marca y creen un ambiente agradable.

2. **Señalización:** Carteles y señalética para guiar a los clientes y destacar ofertas y productos destacados.

Seguridad y Cumplimiento

1. **Sistemas de Seguridad:** Cámaras de vigilancia, alarmas y detectores de humo para asegurar la protección del local y su contenido.
2. **Permisos y Licencias:** Asegúrate de contar con todos los permisos y licencias necesarios para realizar la remodelación y operar el negocio.

Herramientas y Accesorios

1. **Herramientas de Construcción:** Martillos, destornilladores, taladros, sierras y otras herramientas básicas para las tareas de construcción y remodelación.
2. **Equipos de Protección Personal (EPP):** Cascos, guantes, gafas de protección y otros equipos de seguridad para los trabajadores.

Estos materiales y equipos ayudarán a llevar a cabo una remodelación exitosa, creando un espacio funcional y atractivo que potencie la experiencia del cliente y optimice las operaciones de la tienda de sublimación.

EL valor de este contrato es de 10000\$

Capacitación Del Personal. La capacitación del personal en una tienda de artículos personalizados tiene un impacto económico significativo que debe ser evaluado cuidadosamente. Inicialmente, implica una inversión en recursos para la formación, incluyendo los costos de

contratación de formadores o consultores, adquisición de materiales de capacitación y posibles licencias de software de aprendizaje.

1. **Contratación de Formadores o Consultores:**

- Consultor externo: Entre \$50 y \$200 por hora.
- Cursos y talleres específicos: Entre \$500 y \$5,000 por curso o taller, dependiendo de la duración y el contenido y cantidad de personal.

2. **Materiales de Capacitación:**

- Materiales impresos (manuales, guías, etc.): Entre \$10 y \$50 por empleado.
- Acceso a plataformas de e-learning o software de capacitación: Entre \$20 y \$100 por licencia.

3. **Tiempo de Capacitación:**

- Salario de los empleados durante el tiempo de capacitación: Dependerá del salario promedio del personal y la duración de la capacitación.

4. **Instalaciones y Equipos:**

- Alquiler de salas de capacitación (si es necesario): Entre 50\$ por día.
- Equipos y herramientas necesarias para la capacitación: Puede variar según el tipo de capacitación (por ejemplo, computadoras, equipos de sublimación, etc.).

La capacitación costara alrededor de los 1500\$

Tabla 17*Resumen de gastos operativos iniciales*

Gasto Operativo inicial	Costo previsto
Alquiler	3510\$
Movilización	500\$
Marketing	600\$
Diseño y remodelación	10000\$
Capacitación	1500\$
Total	16110\$

Fuente: Elaboración propia.

Estudio de Factibilidad Financiera***Inversión inicial***

En función de los estudios de factibilidad técnica y operativa realizados anteriormente. Se encontraron los costos iniciales para llevar a cabo un modelo de negocio de personalización de artículos

Tabla 18*Inversión inicial*

Concepto	Costo estimado
Equipos / Insumos	22,000.00\$
Gastos Operativos iniciales	16,110.00\$
Respaldo	3,890.00\$
Total	42,000.00\$

Fuente: Elaboración propia.

Costos operativos mensuales

Tabla 19

Costo operativos mensuales

Gasto Operativo Mensuales	Costo previsto
Alquiler local	500\$
Servicios (Luz, Agua, Internet)	80
Personal (3 Personas)	600\$
Marketing	600\$
Mantenimiento	100\$
Reposición mínima de insumos	200\$
Total	2080\$

Fuente: Elaboración propia.

Rentabilidad

Cálculo de precio promedio por producto. Se calculan los costos por servicios y técnicas empleadas

1. Impresiones en sublimación (por hoja)

- Hoja 0.1 \$
- Tinta 0.2\$
- Impresora 0.3\$

Total 0.6\$

2. Impresiones Normales (por hoja)

- Hoja 0.1\$
- Tinta 0.1\$
- Impresora 0.3\$

Total 0.5\$

3. Estampado (por pieza)

- (Planchas, máquina de gorras, máquina de tazas) 0.5 \$

Total 0.5\$

4. Cortes de vinilo (por pieza)

- Vinilo(30x30) cm 1\$
- Cameo 0.5\$

Total 1.5\$

5. Grabado laser (Por tiempo de grabado)

- Tiempo 1-5min 4\$
- Tiempo 5-15min 10\$
- Tiempo 15-30min 20\$
- Tiempo mayor 30min 30\$

Total, entre 4-30\$

6. Gastos operativos mensuales (Por producto)

- Producto 0.7\$

Total 0.7\$

En artículos personalizados los costos de los productos varían, en función del nivel de diseño y de las técnicas de personalización aplicadas. Para estimar el costo total por producto, se usará la siguiente tabla y se seleccionaran los procesos que apliquen.

Tabla 20

Rubrica para estimar costo por articulo

Servicios	Costo previsto
Costo de articulo	-
Impresión sublimación	0.6\$
Impresión Normales	0.5\$
Estampado	0.5\$
Corte de vinilo	1.5\$
Grabado laser	4-30\$
Gastos operativos	0.7\$
Total	-----

Fuente: Elaboración propia.

En función de los costos totales, se obtiene en precio de venta unitario promedio por producto. Teniendo en consideración que puede variar un +/- 20%. Además, añadiéndole el 30% de ganancia. Se calcula el margen de contribución ponderado de cada producto. Se buscará el punto de equilibrio multi-producto, tomando como referencia proporciones de ventas de los artículos de otros negocios

$$Mc = \text{Margen de contribucion}$$

$$Mc = \text{Precio unitario} - \text{Costo totales}$$

$$MCP = \text{Margen de contribucion ponderado}$$

$$MCP = \text{Margen de contribucion} * \text{Proporcion de venta}$$

Tabla 21*Precio de venta promedio*

Tipo	Costo Proveedor	Costos Totales	Precio Unitario	Margen de contribución	Proporciones de ventas	MCP
Taza Blanca 13 Oz	\$1.80	\$3.40	\$5.00	\$1.60	8%	0.128
Taza tipo Peltre 11 Oz	\$3.00	\$4.60	\$6.00	\$1.40	4%	0.056
Taza con fondo dorado y plateado 11 Oz	\$3.50	\$5.10	\$7.00	\$1.90	5%	0.095
Taza con cuchara 11Oz	\$3.50	\$5.10	\$7.00	\$1.90	3%	0.057
Tazas Mágicas 11 Oz	\$3.50	\$5.10	\$7.00	\$1.90	8%	0.152
Taza Glaseadas	\$2.50	\$4.10	\$6.00	\$1.90	6%	0.114
Taza apilable 11 Oz	\$8.00	\$13.00	\$16.00	\$3.00	5%	0.15
Vaso térmico Vinero 12 Oz	\$6.00	\$10.00	\$13.00	\$3.00	4%	0.12
Vaso térmico Vinero 20 Oz	\$7.00	\$11.00	\$15.00	\$4.00	10%	0.4
Copa acero inoxidable	\$8.50	\$12.50	\$16.00	\$3.50	5%	0.175

Tabla 21*Continuación...*

Tipo	Costo Proveedor	Costos Totales	Precio Unitario	Margen de contribución	Proporciones de ventas	MCP
Llavero Metal	\$1.50	\$2.30	\$3.00	\$0.70	6%	0.042
Llavero MDF	\$0.50	\$1.50	\$2.00	\$0.50	4%	0.02
Bolígrafo gancho y botón	\$1.50	\$2.30	\$3.00	\$0.70	2%	0.014
Bolígrafo de lujo	\$0.75	\$2.00	\$3.50	\$1.50	2%	0.03
Rompecabeza A4 120 pcs	\$2.00	\$3.80	\$5.00	\$1.20	1%	0.012
Rompecabeza A5 80 pcs	\$1.00	\$2.80	\$4.00	\$1.20	2%	0.024
Suéter de poliéster	\$9.00	\$14.20	\$20.00	\$5.80	8%	0.464
Franelas Algodón	\$4.00	\$10.00	\$15.00	\$5.00	7%	0.35
Termo Coffe led	\$5.00	\$8.00	\$12.00	\$4.00	4%	0.16
Stikers	\$0.20	\$1.50	\$2.00	\$0.50	6%	0.03

Fuente: Elaboración propia.

PE = Punto equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costos fijos mensuales}}{\text{Sumatoria total MCP}}$$

$$PE = \frac{2080\$}{2.59} = 804$$

Para garantizar la viabilidad financiera del proyecto y cubrir los costos fijos mensuales, se requieren de 804 ventas. Este margen representa el volumen mínimo necesario para alcanzar el punto de equilibrio y permitir el sostenimiento de la operación sin entrar en pérdidas.

Proyecciones

Para un estudio de factibilidad, se recomienda proyectar tres escenarios los cuales parten del mínimo de ventas determinado por el PE.

Se calcula el valor promedio de las ventas:

$$\text{Promedio precio de venta} = \frac{\sum \text{Precios de venta}}{N^{\circ} \text{ de articulos}}$$

$$\text{Promedio precio de venta} = \frac{167.50\$}{20}$$

$$\text{Promedio precio de venta} = 8.38\$$$

- Optimista 60 % del PE: Alta demanda (1286 artículos equivalen a 10,770\$).
- Realista 30%+ del PE: Demanda promedio (1045 artículos equivalen a 8,751\$).
- Pesimista PE: Baja demanda (804 artículos equivalen a 6,733\$).

Rentabilidad sobre ventas (ROS)

$$ROS = \frac{Utilidad\ neta}{Ventas} * 100\%$$

- Ventas mensuales: 8,751\$
- Costos totales: 2,080\$
- Utilidad neta: 6,671\$

$$ROS = \frac{6,671\$}{8,751\$} * 100\%$$

$$ROS = 76\%$$

Interpretación: Por cada dólar vendido, 0.76 \$ es ganancia neta.

Retorno sobre la Inversión (ROI)

$$ROI = \frac{Utilidad\ neta\ anual}{inversion\ Inicial} * 100\%$$

- Utilidad neta anual: $6,671 \times 12 = 80,052\$$
- Inversión inicial: 42,000 USD

$$ROI = \frac{80,052\$}{42,000\$} * 100\%$$

$$ROI = 190\%$$

Interpretación: En un año se obtiene casi el doble de la inversión en un escenario realista.

Periodo de Recuperación (Payback)

$$\text{Payback} = \frac{\text{Inversion inicial}}{\text{Utilidad neta mensual}}$$

- Inversión inicial: 42,000\$
- Utilidad neta mensual: 6,671\$

$$\text{Payback} = \frac{42,000\$}{6,671\$}$$

$$\text{Payback} = 6$$

Interpretación: En 6 meses se recupera la inversión inicial.

Retorno sobre maquinaria (ROM)

Se realizarán los cálculos de retorno por equipos:

1. Impresora de sublimación costo 200\$, se requiere un total de 700 impresiones para recuperar la inversión a 0.3\$ cada una.
2. Impresora normal costo 1200\$, se requiere un total de 4000 impresiones para recuperar la inversión a 0.3\$ cada una.
3. Plancha plana costo 500\$, son 3 unidades un total de 1500\$, se requiere un total de 3000 estampados para recuperar la inversión a 0.5\$ cada una.
4. Máquinas de tazas costo 200\$, son 5 unidades un total de 1000\$, se requiere un total de 2000 estampados para recuperar la inversión a 0.5\$ cada una.
5. Máquina de gorras costo 300\$, son 5 unidades un total de 1500\$, se requiere un total de 3000 estampados para recuperar la inversión a 0.5\$ cada una.
6. Polte de corte costo 400\$, se requiere un total de 800 cortes para recuperar la inversión a 0.5\$ cada una.

Metodología PMBOK

Gestión del Alcance

Se establecen los principales entregables del proyecto

Tabla 22

Principales entregables

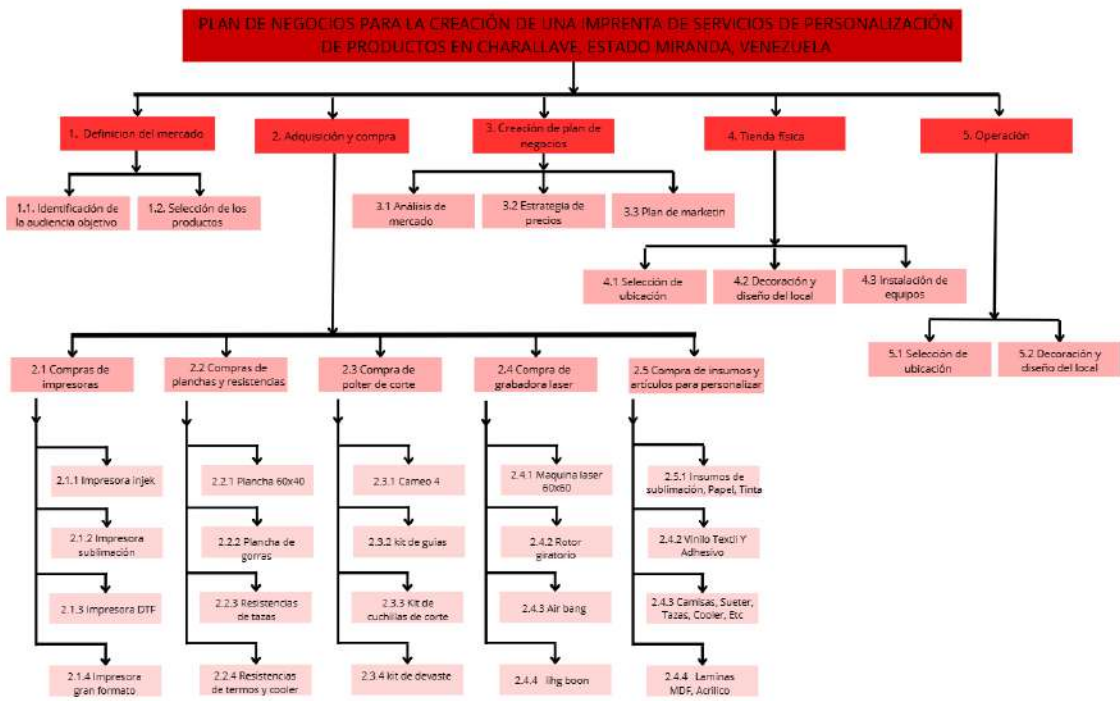
Principales entregables	Descripción
Definición del mercado	Estudio del mercado
Adquisición y compra	Realizar las compras de materiales e insumos
Plan de negocio	Plan para ventas y estrategias publicitarias
Tienda física	Acondicionamiento del local con todos los requerimientos
Operación	Operación del negocio luego de la apertura

Fuente: Elaboración propia.

Estructura Desglosada de trabajo (EDT)

Figura 13

EDT



Fuente: Elaboración propia.

Diccionario de la EDT

Tabla 23

Diccionario EDT

Nro	Nombre EDT	Descripción del producto	Criterios	Responsable
1	Definición del mercado			
1.1	Identificación de la audiencia objetivo	Definir claramente el perfil de cliente ideal	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
1.2	Selección de los productos	Determinar una lista de productos y máquinas para ofrecer basada en la demanda del mercado y la capacidad de producción.	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
2	Adquisición y compra			
2.1	Compras de impresoras	Comprar las impresoras necesarias	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
2.2	Compras de planchas y resistencias	Comprar las herramientas	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
2.3	Compra de polter de corte	Polter de corte para cortar vinilo, cartulinas, foamis	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
2.4	Compra de grabadora laser	Grabadora y cortadora para acrílico, mdf, cuero, acero	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
2.5	Compra de insumos y artículos para personalizar	Compra de todos los consumibles para realizar muchos tipos de artículos personalizados	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
3	Creación de plan de negocios			
3.1	Análisis de mercado	Completar un análisis exhaustivo del mercado y la competencia	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente

Tabla 23*Continuación...*

Nro	Nombre EDT	Descripción del producto	Criterios	Responsable
3.2	Estrategia de precios	Desarrollar una estrategia de precios competitiva que cubra costos y genere ganancias sostenibles	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
3.3	Plan de marketing	Crear un plan de marketing detallado y lanzar campañas iniciales dos semanas antes de la apertura	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
4	Tienda física			
4.1	Selección de ubicación	Seleccionar una ubicación adecuada con alta visibilidad y accesibilidad	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
4.2	Decoración y diseño del local	Diseñar y decorar el local para que refleje la identidad de la marca antes de la inauguración	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
4.3	Instalación de equipos	Instalar todos los equipos y realizar pruebas de funcionamiento al menos una semana antes de abrir	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
5	Operación	Operación del negocio luego de la apertura	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
5.1	Gestión de inventario	Implementar un sistema de gestión de inventarios efectivo desde el primer día de operaciones	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente
5.2	Atención al cliente	Formar al personal en atención al cliente y establecer canales de comunicación para recibir feedback constantemente	Cumpla las necesidades del cliente	Gerente

Fuente: Elaboración propia.

Gestión del Tiempo

Figura 14

Gestión de tiempo

Nombre de tarea	Duración	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
Proyecto	50 días										
Fase 1	10 días										
Identificación de la audiencia	5 días	5									
Selección de productos	5 días		5								
Fase 2	10 días										
Compra de impresoras	10 días			5	5						
Compra de planchas y resistencia	10 días			5	5						
Compra de polter de corte	10 días			5	5						
Compra de grabadora laser	10 días			5	5						
Compra de insumos y articulos	10 días			5	5						
Fase 3	20 días										
Análisis de mercado	5 días					5					
Estrategia de precios	5 días						5				
Plan de marketing	10 días							5	5		
Fase 4	40 días										
Selección de ubicación	5 días		5								
Decoración y diseño	30 días			5	5	5	5	5	5		
Instalación de equipos	5 días									5	
Fase 5	5 días										
Gestión de inventario	5 días										5
Atención al cliente	5 días										5
Fin	0 días										
Días x semana		5	10	30	30	10	10	10	10	5	10
Días Trabajo acum		5	15	45	75	85	95	105	115	120	130
Días de trabajo semana / total dur		0.04	0.08	0.23	0.23	0.08	0.08	0.08	0.08	0.04	0.08
Progreso acum		0.04	0.12	0.35	0.58	0.65	0.73	0.81	0.88	0.92	1.00
Semana		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10

Fuente: Elaboración propia.

Gestión de Costos

Figura 15

Gestión de costo

Costo	Nombre de tarea	Duración	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
Proyecto	50 días											
\$50.00	Fase 1	10 días										
\$25.00	Identificación de la audiencia	5 días	25									
\$25.00	Selección de productos	5 días		25								
\$22,000.00	Fase 2	10 días										
\$7,350.00	Compra de impresoras	10 días			3925	3925						
\$4,400.00	Compra de planchas y resistencia	10 días			2200	2200						
\$400.00	Compra de polter de corte	10 días			200	200						
\$600.00	Compra de grabadora laser	10 días			300	300						
\$8,750.00	Compra de insumos y articulos	10 días			4375	4375						
\$600.00	Fase 3	20 días										
\$50.00	Análisis de mercado	5 días					50					
\$50.00	Estrategia de precios	5 días						50				
\$500.00	Plan de marketing	10 días							250	250		
\$13,760.00	Fase 4	40 días										
\$3,310.00	Selección de ubicación	5 días		3510								
\$10,000.00	Decoración y diseño	30 días			2000	2000	2000	1000	1000	2000		
\$250.00	Instalación de equipos	5 días									250	
\$1,750.00	Fase 5	5 días										
\$250.00	Gestión de inventario	5 días										250
\$1,500.00	Atención al cliente	5 días										1500
\$38,160.00	Fin	0 días										
Total semana			25	3535	13000	13000	2050	1050	1250	2250	250	1750
Total acumulado	Costo Acum		25	3560	16560	29560	31610	32660	33910	36160	36410	38160
Semana			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10

Fuente: Elaboración propia.

Gestión de la Calidad

Tabla 24

Parámetros de gestión de calidad

Wbs	Requerimiento	Especificación	Actividad de aseguramiento	Cronogramado	Responsable
2.1	Compra de impresoras	Que enciendan, que realicen impresiones con colores nitidos	Realizar impresiones con sus respectivas tintas para asegurar funcionalidad	En la primera semana de la compra	Responsable 3
2.2	Compra de resistencias	Que enciendan y calienten correctamente	Encender las máquinas y probar las resistencias, y verificar que alcancen las temperaturas deseadas	En la primera semana de la compra	Responsable 3
2.3	Compra de poltter de corte	Que encienda, lograr conectividad con el programa y realice cortes correctamente	Encender la maquina y probar realizando distintos cortes	En la primera semana de la compra	Responsable 3
2.4	Compra de maquina laser	Que encienda, lograr conectividad con el programa y realice grabados correctamente	Encender la maquina y probar realizando algunos grabados y cortes	En la primera semana de la compra	Responsable 3
2.5	Compra de insumos	Que sean de calidad alta	Realizar una personalización en cada producto para verificar su calidad y acabado	En la primera semana de la compra	Responsable 3
4.1	Ubicación del local	Ubicación estratégica, constancia de los servicios tales como luz, agua e internet	Verificar los servicios, la ubicación del local	Antes de realizar el alquiler	Responsable 5
4.2	Decoración y diseño	Agradable visualmente al publico	Su diseño y decoración cumplan con los acabados y sea visualmente estético	Durate el proceso Luego de la remodelación	Responsable 5

Tabla 24

Continuación...

Wbs	Requerimiento	Especificación	Actividad de aseguramiento	Cronogramado	Responsable
4.3	Instalación de equipos	Colocar todo en el local y mantener buena distribución	Darles ubicaciones a los equipos y verificar si trabajen de manera cómoda para el operario	Luego de la remodelación	Responsable 5
5.1	Gestión de inventario	Software de gestión y manejo y reposición de insumos	Observar el uso de software que ayude a la gestión de inventario	Luego de la capacitación	Responsable 6
5.2	Atención al cliente	Que el personal tenga atención al cliente especializada, manejo de máquinas y softwares	Observar cómo operan las máquinas y la creación de productos, y trato de la clientela	Luego de la capacitación	Responsable 6

Fuente: Elaboración propia.

Gestión de los Recursos

Figura 16

Organigrama del proyecto. Incluye roles y responsabilidad



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25*Roles y responsabilidades*

Nombre	Rol	Responsabilidad
Responsable 1	Gerente del proyecto	Es responsable de planificar y coordinar todas las etapas, desde la definición de objetivos y el presupuesto
Responsable 2	Supervisor de estudio de mercado y localidad	investigar y analizar la demanda de productos personalizados en la zona, estudiar la competencia local, y comprender las preferencias y comportamientos de los consumidores.
Responsable 3	Supervisor de compras	Se encarga de investigar proveedores, negociar precios, adquirir equipos y materiales, verificar la calidad, gestionar el inventario
Responsable 4	Supervisor del marketing	Sus funciones incluyen desarrollar y ejecutar estrategias
Responsable 5	Supervisor de diseño y remodelación	Planifica y ejecuta el diseño del espacio comercial para hacerlo atractivo y funcional, seleccionando materiales y mobiliario que reflejen la identidad de la marca
Responsable 6	Supervisor de operación	Es responsable de gestionar al personal y capacitarlo para la gestión del negocio en funcionamiento

Fuente: Elaboración propia.

Gestión de la Comunicación**Tabla 26***Gestión de comunicaciones*

Interesado	Documento	Frecuencia	Modo de envío	Responsable
Gte. proyectos	Facturas de compra	Diario	Correo electrónico	Responsable 3
Gte. proyectos	Diseño y avances de la construcción	Semanal	Correo electrónico	Responsable 5
Gte. proyectos	Documentos con los planes y trabajos realizados	semanal	Correo electrónico	Responsable 4
Gte. proyectos	Reportes de las capacitaciones	Diario	Correo electrónico	Responsable 6

Fuente: Elaboración propia.

Gestión del Riesgo

Tabla 27

Gestión de riesgo

Riesgo	Causa del riesgo	Impacto en el proyecto	Probabilidad	Impacto	Plan de acción	Responsable
Lluvia	Clima	Retrasos en traslados	40%	Muy bajo	Reorganizar los traslados	Responsable 1
Fallos eléctricos	Sistema eléctrico	Retraso en la construcción del local	30%	Muy bajo	Reorganizar trabajos o implementar planta eléctrica	Responsable 1
Inflación	Situación política	Se elevan los precios de materiales, equipos e insumos	60%	Muy alto	Proteger el capital haciendo cambios de bs a dólar	Responsable 1
Renuncia del contratista	Situación personal, inconformidad	Se detiene la adecuación del local	40%	alto	Coordinar con el segundo proveedor para completar	Responsable 1
Robo al encargado de compras	Inseguridad	Perdida de las maquinas	40%	Medio	Compra para reponer la maquina	Responsable 1
Máquina que se dañe	Falla eléctrica, vida útil corta, mal funcionamiento	Perdida de la maquina	40%	Medio	Compra para reponer la maquina	Responsable 1

Fuente: Elaboración propia.

Modelo canvas

Segmentos de clientes

- ✓ Jóvenes y adultos.
- ✓ Empresas locales.

- ✓ Instituciones educativas.
- ✓ Organizadores de eventos sociales.
- ✓ Emprendedores
- ✓ Revendedores.

Propuesta de valor

- ✓ Artículos únicos, personalizados y de alta calidad.
- ✓ Diversidad de técnicas (sublimación, vinilo, DTF, láser).
- ✓ Rapidez y flexibilidad en pedidos.
- ✓ Asesoría creativa.
- ✓ Servicios de diseño gráfico.
- ✓ Empaque personalizado
- ✓ Innovación constante en materiales y estilos
- ✓ Delivery gratis

Canales

- Local físico en Charallave.
- Redes sociales y WhatsApp Business.

- Marketplace nacional.
- Alianzas con tiendas de regalos.

Relación con clientes

- Atención personalizada.
- Programas de fidelización.
- Garantía de calidad.
- Comunicación directa.

Fuentes de ingresos

- Venta directa.
- Paquetes corporativos.
- Producción para eventos.
- Servicios de corte/grabado láser.
- Venta de diseños digitales.

Recursos clave

- Local comercial.
- Maquinaria especializada.
- Software de diseño.
- Capital humano.
- Insumos.
- Marca registrada y presencia digital sólida.

Actividades clave

- Diseño gráfico.
- Producción y control de calidad.
- Marketing digital.
- Atención al cliente.
- Investigación de tendencias y nuevos materiales.

Socios clave

- Proveedores de insumos.
- Distribuidores de maquinaria y repuestos.
- Empresas de logística.
- Aliados comerciales.
- Diseñadores gráficos freelance.
- Bancos o instituciones financieras para créditos y financiamiento

Estructura de costos

- Inversión inicial 42.000 \$
- Costos operativos mensuales 2.080\$

Figura 17

Lienzo canvas



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI. COCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se demostró que realizar una integración de varias metodologías de proyecto puede crear un plan de negocio bien estructurado para un emprendedor en el contexto venezolano actual.

Se pudo determinar que la concentración de la demanda está representada por las mujeres en el primer lugar con un 40%, seguido de adolescentes un 33%, hombres 20% y niños 16%.

El estudio demuestra que la metodología Canvas es una herramienta eficaz para estructurar y visualizar el modelo de negocio de personalización de artículos, permitiendo identificar de manera clara los segmentos de clientes, la propuesta de valor y las actividades claves.

Los estudios de viabilidad técnica y operativa determinaron que la inversión inicial de 42.000 \$ es suficiente para cubrir la adquisición del local, la compra de maquinaria especializada y la adecuación del espacio físico, garantizando la operatividad del negocio desde su inicio.

El mercado local de Charallave presenta una mercado insuficiente y alta demanda en productos personalizados, especialmente en instituciones educativas, empresas, locales comerciales y pequeños emprendedores, lo que genera una oportunidad de negocio con alto potencial de crecimiento.

La diversificación de técnicas constituye una ventaja competitiva, ya que permite atender distintos segmentos de clientes con soluciones variadas y adaptadas a sus necesidades.

El análisis financiero proyecta una rentabilidad de 76 %, lo que evidencia la viabilidad económica del negocio y su capacidad para generar rentabilidad en el corto plazo.

El proyecto es replicable y escalable, pudiendo expandirse a otras ciudades o diversificarse hacia nuevos productos y servicios relacionados con la personalización.

Recomendaciones

Ampliar el alcance del estudio de mercado poblacional en futuras investigaciones. Debido a las delimitaciones del presente trabajo, la muestra se centró en 50 personas de la avenida principal, por lo que otros investigadores podrían extender este análisis demográfico a toda la región de los Valles del Tuy

Desarrollar estudios técnicos profundos enfocados en la implementación de nuevas maquinarias y metodologías de personalización emergentes que, por cuestiones de tiempo y alcance, no fueron detalladas en este diseño inicial.

Utilizar el modelo metodológico mixto desarrollado en este trabajo (Canvas y PMBOK) como marco de referencia para que futuros estudiantes de la especialización estructuren proyectos.

Se recomienda realizar estudios financieros relacionados con los trámites legales pertinentes para la constitución de la empresa, cumpliendo con el Código de Comercio y normativas locales para operar formalmente en el Estado Miranda. Esto brindará respaldo jurídico y facilitará el acceso a financiamiento mediante bancos o instituciones financieras.

Una vez realizado el negocio en Charallave, explorar la apertura de sucursales en otras ciudades cercanas o la venta online a nivel nacional.

Capacitación continua, formar al personal en nuevas técnicas de impresión y tendencias de diseño para mantener la innovación.

Se recomienda a la institución y a futuros estudiantes de la especialización utilizar este modelo como base para el desarrollo de proyectos enfocados en múltiples metodologías de proyecto

Referencias Bibliográficas

Ayala, V. (2023, 21 de abril). Estampados y sublimación. Domina el Arte en Estampado y la Sublimación: Guía Práctica 2023

Staging ChatIA. (s.f.). El auge de los Productos Personalizados y sus Estrategias. Recuperado de El auge de los Productos Personalizados y sus Estrategias

Scielo Venezuela. (2006). De la producción masiva a la personalización masiva. Recuperado de De la producción masiva a la personalización masiva: los deseos de los consumidores y las nuevas tecnologías como factores modeladores del cambio

Negretty, B. (2021). *Redes sociales como estrategia de marketing digital para la captación de clientes*. Universidad Valle del Momboy, Venezuela.

Osorio, O. (2015). *Diseño de un plan de negocio para una empresa de estampado basado en crowdsourcing de obras de arte*. Universidad de Chile.

Aliaga, C. (2016). *Plan de negocio empresa de impresión de camisetas personalizadas y accesorios en impresión tridimensional*. Universidad Internacional de La Rioja, España.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.

Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. Journal of Marketing.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson.

Gibson, I., Rosen, D., & Stucker, B. (2015). *Additive Manufacturing Technologies*. Springer.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.

Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson.

Elkington, J. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.

Pine, J. & Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theater & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.

Deloitte (2021). *Future of Personalization in Retail*.

Burgos, G. (2022). "Estampado por sublimación: Traslado de gestos manuales a reproducción continua."

Herrera Torrez, A., Denis e Martínez Olivas, S., & Díaz Ríos, A. J. (2023). "Estrategias competitivas implementadas por las empresas de sublimación de la ciudad de Estelí

Barrios, E. E. (s.f.). "Plan de Negocio sobre estampados textiles."

Osterwalder A., Pigneur Y. (2010). Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, cambiadores de juego y retadores. Wiley

Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica. Caracas: Editorial Episteme.

Apéndices

Apéndice A Formato de Observación y Encuesta.

Encargado: _____
Fecha: _____
Hora: _____
OBSERVACIÓN
Consumidor final:
Niño _____ Adolescente _____ Mujer _____ Hombre _____

Perfil del cliente

Item	Interrogante	Respuesta
1	¿Has comprado productos personalizados mediante sublimación antes?	
2	¿Con qué frecuencia compras productos personalizados?	
3	¿Qué tipo de artículos personalizados prefieres (tazas, camisetas, cojines, otros)?	
4	¿Dónde sueles comprar productos personalizados (tienda física, en línea, redes sociales)?	

Preferencias y necesidades

Item	Interrogante	Respuesta
1	¿Qué aspectos consideras más importantes al elegir un producto personalizado (precio, calidad, diseño, rapidez de entrega)?	
2	¿Qué rango de precios estás dispuesto/a en pagar por un producto personalizado?	
3	¿Te gustaría que el negocio ofreciera opciones de diseño personalizadas?	
4	¿Cuáles serían tus principales razones para comprar productos de sublimación?	