



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO DE MONAGAS  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
MATURÍN-MONAGAS-VENEZUELA**

**MODELO DE NEGOCIOS BAJO LA METODOLOGÍA CANVAS COMO  
HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LA EMPRESA REPUESTOS DOS  
CORONADOS, C.A**

**Asesor Académico:**

**Profa. MSc. Uliana Wills**

**Autor:**

**Br. Coronado Barreto, Williams Jesús**

**C.I: V- 18.173.873**

**Proyecto de Trabajo de Grado, modalidad Tesis de Grado, presentado  
como requisito parcial para optar al Título de Licenciado en  
Administración.**

**Maturín, julio de 2024**



**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
SUB- COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO**

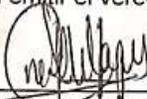
**ACTA DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE GRADO**

**CTG-ECSA-ADMÓN-2024**

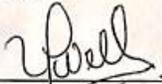
**MODALIDAD: TESIS**

**ACTA N° 2158**

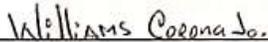
En Maturín, siendo las 10:00 (a.m.) del día miércoles 17 de julio de 2024; reunidos en la Sala "Luz Marina Ruiz", del Campus Los Guaritos del Núcleo de Monagas de la Universidad de Oriente, los miembros del jurado evaluador, profesores: ULIANA WILLS (Asesor Académico), MILAGROS CRUZ (Jurado), y LUIS GASCON (Jurado). A fin de cumplir con el requisito parcial exigido por el Reglamento de Trabajo de Grado vigente para obtener el Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, se procedió a la presentación y defensa del Trabajo de Grado titulado: "MODELO DE NEGOCIOS BAJO LA METODOLOGÍA CANVAS COMO HERRAMIENTA DE GESTION EN LA EMPRESA RESPUESTOS DOS CORONADOS, C.A.". Por el Bachiller: CORONADO BARRETO WILLIAMS JESUS, C.I: V-18.173.873. El jurado, luego de la discusión del mismo acuerda emitir el veredicto de: Aprobado

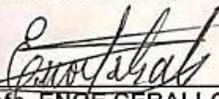
  
\_\_\_\_\_  
**Profa. MILAGROS CRUZ**  
C.I: 16.374.361  
Jurado

  
\_\_\_\_\_  
**Profa. LUIS GASCON**  
C.I: 15.322.793  
Jurado

  
\_\_\_\_\_  
**Profa. ULIANA WILLS**  
C.I: 11.774.319  
Asesor Académico



  
\_\_\_\_\_  
**Br. WILLIAMS CORONADO**  
C.I: 18.173.873  
Autor

  
\_\_\_\_\_  
**Profa. ENOE CEBALLOS**  
C.I: 16.142.946  
Sub-Comisión de Trabajo de Grado

  
\_\_\_\_\_  
**Profa. MILAGROS CRUZ**  
C.I: 16.374.361  
Jefe del Dpto. Administración

Según establecido en resolución de Consejo Universitario N° 034/2009 de fecha 11/06/2009 y Artículo 13 Literal J del Reglamento de Trabajo de Grado de la Universidad de Oriente. \*NOTA: Para que esta acta tenga validez debe ser asentada en la hoja N°-79 del 2° libro de Actas de Trabajos de Grado del Departamento de Administración, ECSA de la Universidad de Oriente y estar debidamente firmada por el asesor y los miembros del jurado.

## RESOLUCIÓN

Según lo establecido en el artículo 44 del reglamento de trabajo de grado de la Universidad de Oriente:

**“Los trabajos de grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad solo podrán ser utilizados a otros fines con el consentimiento del consejo de núcleo respectivo, el cual participará al consejo universitario”**

## DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso por ser luz y guía en mi camino dándome la voluntad y fuerza para llegar hasta el final de mi carrera universitaria. Gracias Dios ya puedo decir con satisfacción que al fin todo mi esfuerzo en estos largos años valió la pena.

A mi familia, especialmente a mis padres Williams Coronado y Delia Barreto por estar allí siempre presentes en mi educación, a mis hermanas Mayrin Coronado y Maylins Coronado, por ser mis guías, ustedes me ayudaron y motivaron a seguir adelante hasta el final de mi carrera, gracias por formar parte de mi vida.

A mi abuela Luisa Antonia Alvarado por su gran ayuda, apoyo y colaboración en todo momento.

A mis sobrinos, Cesar Gabriel y Sebastián Antonio, para que le sirva de ejemplo y motivación para conseguir sus metas en el futuro.

A mi pareja María Eugenia Valenzuela, por apoyarme y estar a mi lado para verme crecer profesionalmente.

A mi cuñado, Profesor Luis Centeno, quien en todo momento me ha ayudado y motivado a terminar mi carrera, gracias por toda la ayuda brindada y por sus consejos; y a todas aquellas personas que contribuyeron y me apoyaron en esta etapa de mi vida.

Para ustedes mi triunfo, para mí la satisfacción de haberlo logrado.

*Williams Jesús Coronado Barreto*

## AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen del Valle por iluminarme, ser mi guía y mi fuente de amor y sabiduría en todo momento, por concederme salud e inteligencia, además del deseo y la constancia para luchar por mis metas, cuando más lo he necesitado.

A mis padres: Williams Coronado y Delia Barreto, primeramente por darme el ser y la razón de existir y luego por todo el apoyo brindado cada día.

A la Universidad de Oriente, y a la Escuela de Ciencias Sociales y Administrativas (ECSA), por abrirme sus puertas, permitirme cursar mi carrera para obtener mi título universitario.

A mi tutor académico Profesora Uliana Wills, por aceptarme como asesorado y guiarme en este importante momento de mi carrera. Gracias por su apoyo, paciencia y consejos al momento de desarrollar mi trabajo de investigación, durante todos estos meses.

A esos buenos profesores udistas Jesús Cabrera, Jorge Astudillo, Berenice Blanco, Tomás Lopez, Eli Saúl Matute, Freddy Suárez, Nurvis Caraballo, Xiomara Gutierrez, Maglys Salazar, Guillermo Carreño, entre otros, que además de darme clases se convirtieron en mis amigos y comparten conmigo esta alegría de la meta alcanzada.

A todas aquellas personas que en algún momento me ofrecieron sus palabras o gestos y que me empujaron a seguir adelante para el logro de esta meta.

A todos mis más sincero agradecimiento  
*Williams Jesús Coronado Barreto*

## ÍNDICE GENERAL

<b>RESOLUCIÓN</b> .....	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	<b>ix</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>x</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>5</b>
<b>EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES</b> .....	<b>5</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.2.1 Objetivo general .....	9
1.2.2 Objetivos específicos.....	10
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	10
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	11
1.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	12
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>17</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>17</b>
2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	17
2.2 BASES TEÓRICAS .....	22
2.2.1 Planificación estratégica.....	22
2.2.1.1 Características de la planificación estratégica.....	23
2.2.2 Etapas de la planificación estratégica .....	24
2.2.3 Home office: Claves para implementarlo con éxito.....	28
2.2.3.1 Beneficios del Home Office .....	32
2.2.4 Tecnologías de Información y Comunicación, y su relevancia para el desarrollo de una organización .....	34
2.2.5 Tecnologías digitales que están cambiando el mundo del marketing.....	35
2.2.6 Modelo Canvas.....	38
2.2.6.1 Importancia del modelo Canvas en las empresas.....	42
2.3 BASES LEGALES .....	43
2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.....	43
2.3.2 Ley de Ejercicio de la Profesión de Licenciado en Administración.....	45
2.3.3 Ley Especial contra Delitos Informáticos.....	46
2.3.4 Ley Orgánica de las Telecomunicaciones .....	47
2.3.5 Decreto 825 .....	47

2.3.6 Decreto N° 4.160 .....	48
2.4 BASES INSTITUCIONALES.....	49
2.4.2 Ubicación.....	50
2.4.3 Reseña Histórica .....	50
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>52</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>52</b>
3.1 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
3.2 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	54
3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	55
3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	59
3.5.1 La Observación Directa y Participativa.....	59
3.5.2 La Entrevista No Estructurada.....	60
3.5.3 Revisión Bibliográfica.....	61
3.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	61
3.6.1 Diagrama de Ishikawa.....	62
3.6.2 Modelo Canvas.....	63
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>65</b>
<b>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>65</b>
4.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL, REPUESTOS DOS CORONADOS, C.A, EN RELACIÓN AL MANEJO DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	65
4.2 PLAN ESTRATÉGICO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE SU FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA OBJETO DE ESTUDIO .....	74
4.3 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC'S), QUE PUEDEN APLICARSE EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA REPUESTOS DOS CORONADOS, C.A.....	85
4.4 MODELO DE NEGOCIOS PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA REPUESTOS DOS CORONADOS, C.A BAJO LA METODOLOGÍA CANVAS.....	90
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>100</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>100</b>
3.1 CONCLUSIONES.....	100
3.2 RECOMENDACIONES.....	101
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>103</b>
<b>HOJAS METADATOS.....</b>	<b>109</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>pp.</b>
Figura N°1. Diagrama de Ishikawa Repuestos Dos Coronados C.A.....	73
Figura N°2. Organigrama Repuestos Dos Coronados C.A .....	82
Figura N°3. Publicación en Instagram Disco de embrague Mitsubishi.....	89
Figura N°4. Modelo Canvas Repuestos Dos Coronados C.A .....	99

## INDICE DE TABLAS

	<b>pp.</b>
Tabla N°1 Operacionalización de variables .....	57
Tabla N°2 Formulación de la visión .....	76
Tabla N°3 Componentes de la declaración de misión .....	78
Tabla N°4 Funciones de las Unidades de la empresa .....	84
Tabla N°5 Tecnologías de Información y Comunicación (Tics).....	87



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO DE MONAGAS  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA  
MATURÍN - MONAGAS – VENEZUELA

**MODELO DE NEGOCIOS BAJO LA METODOLOGÍA CANVAS COMO  
HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LA EMPRESA REPUESTOS DOS  
CORONADOS, C.A**

**Asesor Académico:**  
Profa. MSc. Wills, Uliana

**Autor:**  
Br. Coronado Barreto, Williams Jesús  
C.I.: V-18.173.873

## **RESUMEN**

La referida investigación estuvo dirigida a diseñar un modelo de negocios como herramienta de gestión para el funcionamiento de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, a través de la metodología Canvas, que permita mostrar una serie de estrategias para la implementación a mediano y largo plazo que conlleven a mejorar el desempeño empresarial a niveles de competitividad. Cabe destacar, como muchas empresas Venezolanas por la pandemia Covid-19, debieron adaptar su forma de trabajo llevar la oficina a casa “Home office”. Este proyecto fue desarrollado a través de un tipo de investigación de campo con apoyo documental, con nivel descriptivo, en esta investigación la población estuvo sustentada por toda aquella información digital y física que se pueda revisar y estudiar para el diseño del plan estratégico. La empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, cuenta con (4) cuatro empleados para realizar los procesos administrativos y contables. De igual manera, se aplicaron técnicas de recolección de datos entre las que destacan: Observación directa, entrevista no estructurada y revisión documental. Una vez obtenida la información fue reflejada, analizada e interpretada, a través del diagrama de causa y efecto de Ishikawa, el cual permitió detectar algunas irregularidades en los procesos administrativos en la empresa objeto de estudio. Donde se pudo concluir, que Repuestos Dos Coronados, C.A, al momento de la investigación carecían de un enfoque estratégico (Misión, visión entre otros), manuales de procedimientos que establezcan lineamientos para llevar un control adecuado de sus funciones administrativas, demora en los tiempos de entrega de pedidos, por otro lado, existía desconocimiento de las herramientas de Marketing y Publicidad, adolecían de propuestas innovadoras en la estrategia de ventas. Se observó carencia de planes estratégicos, las funciones de los cargos no estaban descritas por la ausencia de manuales de norma y procedimientos, lo cual afecta el solapamiento de funciones en la empresa objeto de estudio. Sin embargo, la empresa cuenta con personal capacitado profesionalmente y existe la disposición por parte de la gerencia de mejorar la gestión gerencial aplicando el Modelo Canvas.

**Descriptor:** Modelo de Negocios, Metodología Canvas, Home Office. Herramienta de Gestión

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día la Gestión Empresarial precisa de una correcta toma de decisiones, lo cual hace necesaria una serie de medidas y estrategias cuya finalidad es la de mejorar la productividad y competitividad de la empresa buscando ser más eficaces, como resultado de la competencia que el mercado global establece entre ellas, por lo que se hace indispensable la implementación de herramientas y/o estrategias para alcanzar adecuadamente los objetivos trazados, dentro del plan estratégico.

En este contexto, las organizaciones eficientes, sus procesos están definidos claramente utilizando metodologías bajo un enfoque sistémico, según sea el caso de producción y entrega de bienes o prestación de un servicio. En este sentido, la planificación es un proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos.

Bajo este mismo orden de ideas, el modelo de negocios es un plan que define la empresa, o que permite sacar adelante un nuevo producto o servicio, esta identifica los resultados alcanzados; en este proceso participan: clientes, actores, distribuidores, proveedores, empleados. Este es un documento que debe ser perfectamente estructurado se analizan aspectos internos y externos como la rentabilidad, la inversión, los costos, entre otros; de allí, que toda empresa que desee sobrevivir en el mercado actual debe aplicarlo y customizarlo de acuerdo a sus necesidades.

El Modelo Canvas, fue creado con el fin de establecer una relación lógica entre cada uno de los componentes de la organización y todos los

factores que influyen para que tenga o no éxito. A través de un "lienzo", rectangular se detalla desde la idea de negocios, hasta los diferentes factores que influirán en ella al momento de ponerla en marcha.

Para la Escuela Superior de diseño de Barcelona (2002) *“...el método Canvas están los datos sobre la infraestructura de la compañía, la oferta de productos y servicios que tiene, quiénes son sus clientes, su oferta de valor, a través de qué canales la ofrece y cuál es su estado financiero”*. (Disponible en: <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/design-management/que-es-el-modelo-de-negocios-canvas-y-para-que-sirve>[Consulta 15/11/2023.]).

De acuerdo a lo citado, el enfoque del Modelo Canvas está diseñado para guiar el pensamiento a través de todos los componentes claves o componentes básicos para diseñar un modelo de negocio. Por lo que se puede inferir que cada aspecto se relaciona con los demás, como las funciones, actividades y procesos todos tienen que ver unos con otros de manera sistemática y formal, asegurando que cada área este cubierta y se pueda producir una imagen más completa del negocio.

El posicionamiento de una empresa en el mercado y en la mente del consumidor es un punto principal para el éxito de cualquier organización y, ciertamente, es un reto. Sin embargo, existe un sin número de empresas, sin el conocimiento de las herramientas de planificación estratégica que les permita potenciar el crecimiento de su negocio.

En este escenario, latente se encuentran muchas empresas venezolanas, que se han visto afectadas en tiempos de pandemia por Covid-19, la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, no escapa a esta realidad, empresa de carácter familiar dedicado al ramo de ventas de partes, piezas y

accesorios de vehículos automotores, a pesar de contar con el recurso humano capacitado para desarrollar las actividades del negocio, la empresa objeto de estudio, carece de planes estratégicos que permitan su posicionamiento y consolidación en el mercado.

De allí, la necesidad de realizar el proyecto de investigación, modalidad tesis enmarcado en una investigación de campo con apoyo documental, con el objetivo de diseñar un modelo de negocios como herramienta de gestión para el funcionamiento de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, a través de la metodología Canvas, que permita mostrar una serie de estrategias para la implementación a mediano y largo plazo que conlleven el desempeño de la empresa objeto de estudio a niveles de competitividad aún mayores.

A continuación, se muestra la estructura que se utilizó en el proyecto de investigación:

**CAPÍTULO I- EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES:** Se detallan el planteamiento y delimitación del problema, objetivos de la investigación, justificación de la investigación y la definición de términos básicos.

**CAPITULO II - MARCO TEÓRICO:** En el cual se establecen los antecedentes de la investigación, bases teóricas que sirven de sustento a la investigación, bases legales, así como también la información institucional, donde se muestra la filosofía de gestión de la empresa objeto de estudio.

**CAPITULO III - MARCO METODOLÓGICO:** Refleja la metodología utilizada como: tipo y nivel de la investigación, población, operacionalización

de variables, técnicas de instrumentos de recolección de datos, técnicas de análisis de datos.

**CAPITULO IV – PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS:** En este capítulo se muestran, describen y analizan los resultados de la investigación en orden y de acuerdo a los objetivos específicos.

**CAPITULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:** Se expondrán las conclusiones y recomendaciones que resultaron del desarrollo de la investigación de acuerdo a los hallazgos y datos recolectados.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La planeación estratégica se remonta desde tiempos antiguos, y con el transcurrir de los años ha ido evolucionando notablemente a tal punto de que hoy en día es crucial para el desarrollo de las organizaciones, por lo que es importante analizar los diversos factores tanto interna como externa que influyen en la organización para poder anticiparse ante problemas futuros.

A nivel mundial la gestión administrativa está representada por un conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad, dicho conjunto de pasos o etapas se denomina plan estratégico, que no es más que una herramienta utilizada en las empresas para definir hacia dónde quiere ir y que acciones debe realizar para lograr sus objetivos, por lo tanto, en relación a la administración comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar métodos, principios y técnicas de esta disciplina correctamente, permitiendo una interrelación que ayuda al proceso integral dentro de una organización

En Venezuela, las pequeñas y medianas empresas se han visto en la necesidad de proyectarse y prepararse ante los cambios de un mundo cada vez más globalizado, incorporando para ello el uso de las Tecnologías de Información, con el fin de dar a sus clientes propuestas más innovadoras y estándares de calidad, que propicien una cercanía cliente empresa a través del uso de herramientas que permitan mejorar los procesos de negocios de las empresas. Por lo tanto, requieren implementar estrategias que le

permitan medir su desempeño en el mercado y direccionar sus esfuerzos y recursos, de manera sistémica, eficiente y ordenada, para el logro de sus metas y objetivos en un tiempo determinado.

El mundo está entrando en una nueva era que se ve reflejada en la necesidad de nuevas alternativas que permitan la reducción de costos, en el área administrativa de la empresa y la mayoría de ellas tienen en común su dependencia digital, el acceso a la tecnología, que permite a las empresas emergentes participar en el mismo escenario.

Las consecuencias inmediatas de la pandemia por Covid-19, y sus medidas tanto en temas de salud, financieros y políticos afectaron directa e indirectamente al sector empresarial formal, pequeños empresarios y emprendedores de negocios. La pandemia, afectó a muchas empresas, las cuales debieron adaptar su forma de trabajo llevar la oficina a casa “Home office”.

*Home office, en inglés, es un espacio de trabajo dentro de casa, como una oficina o un espacio adaptado. En la actualidad “hacer home office” es sinónimo de teletrabajo y sirve para describir el trabajo remoto desde casa. (Disponible en: <https://www.rdstation.com/blog/es/home-office/>. [Consulta 15/11/2023.]).*

Con el avance de las Tecnologías de información y comunicación el Home Office, está cada vez siendo más usado en el contexto profesional. Repuestos Dos Coronados, C.A, no escapa de nueva realidad, empresa dedicada a la venta de repuestos para camiones Mitsubishi, Iveco, Ford, Mercedes Benz, entre otros. Ante la incertidumbre por la pandemia Covid19, los bajos niveles de ingreso por la venta de repuesto, aunado al

pago de alquiler comercial, debieron cerrar el local comercial e iniciar servicios de manera online, trasladando la venta y comercialización de repuestos bajo la plataforma digital de Instagram y operando desde la oficina en casa "Home Office", de manera de seguir prestando sus servicios comerciales a los clientes bajo modalidad a pedido.

A pesar que la referida empresa, lleva seis (6) años en funcionamiento, tiene carácter legal, cabe destacar que es una empresa familiar, ha logrado posicionarse dentro del mercado de ventas online de repuestos, no obstante, presenta deficiencias en su gestión empresarial.

Repuestos Dos Coronados, C.A, se encuentra ubicada en el sector Guaritos VI, Transversal A, casa #7, Maturín- Edo. Monagas. Esta empresa ante el escenario por la pandemia Covid-19, prestaba sus servicios en la Av. Principal de Fundemos, local 04 en la misma localidad.

A través de la investigación preliminar en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A., por el autor del presente trabajo de investigación, se puede inferir que la empresa, carecía de filosofía organizacional como: misión, visión, objetivos, valores, estructura organizativa, descripción de los puestos de trabajo; aunado de un plan de negocios que le permita plantearse objetivos a corto, mediano, largo plazo y establecer acciones que permitan cumplir dichos objetivos.

También, se evidencio carencia de mecanismos administrativos, los registros de ventas son llevados de forma manual en un libro de anotaciones, existen algunas deficiencias en el registro y control de estas cuentas, tales como: datos incompletos del cliente, números de control de facturas, lo que ocasiona la pérdida de rastros de este instrumento, control

en notas de entregas que pudieran ocasionar descontrol en el área administrativa.

Es de destacar, la empresa objeto de estudio, tiene presencia en las redes sociales en la plataforma Instagram, sin embargo, existen deficiencias en cuanto a: Desconocimiento de herramientas gestión empresarial, de publicidad y marketing digital que permitan potenciar y posicionar a la empresa, aun cuando cuenta con personal capacitado en el área de ventas.

El entorno económico y social en el que actualmente deben desenvolverse las empresas, los emprendimientos y las personas, demandan de éstas flexibilidad e innovación, para poder adecuarse y competir. Estos son tiempos marcados por la incertidumbre, los cambios tecnológicos y las transformaciones digitales, que implican nuevas necesidades y requieren nuevos enfoques y estrategias para consolidarse en el mercado.

Es por ello, que el Modelo Canvas, es una herramienta de gestión estratégica que proporciona un mayor conocimiento de los aspectos claves del negocio.

El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece. (Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>[Consulta 28/11/2023.]).

El modelo canvas es una herramienta para las empresas que buscan una buena forma de gestionar de manera estratégica sus negocios. Ante la evidente situación de carencia de elementos administrativos que en la actualidad presenta la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, se hace

imprescindible proponer un modelo de negocios bajo la Metodología Canvas para la que permita el mejoramiento de sus procesos y así mismo asegurar su subsistencia en el mercado, el logro de sus objetivos, optimización de sus procesos, recursos y por ende sus servicios.

Además, de dar respuesta a las siguientes interrogantes planteadas:

1. ¿Cuál será la situación actual de la gestión empresarial, de la empresa en relación al manejo al manejo del direccionamiento estratégico por la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A?
2. ¿La formulación de plan estratégico de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, ayudará para el establecimiento de su filosofía organizacional?
3. ¿Cuáles Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S), pueden aplicarse para consolidar la imagen corporativa de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A?
4. ¿Cuáles serán las estrategias de negocios que permitan la consolidación de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A bajo la metodología Canvas?

## **1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1 Objetivo general**

Proponer un modelo de negocios bajo la metodología Canvas como herramienta de gestión empresarial en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A.

### 1.2.2 Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación actual de la gestión empresarial, Repuestos Dos Coronados, C.A, en relación al manejo del direccionamiento estratégico.
2. Formular el plan estratégico para el establecimiento de su filosofía organizacional en la empresa objeto de estudio.
3. Señalar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S), que pueden aplicarse en la consolidación de la imagen corporativa de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A
4. Presentar el modelo de negocios para la consolidación de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A bajo la metodología Canvas

### 1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de esta investigación obedece a diversas perspectivas. Para la empresa, Repuestos Dos Coronados, C.A resulta importante porque conocerá las estrategias bajo la metodología Canvas para consolidar la imagen corporativa de la empresa apoyada de las Tecnologías de información y comunicación (Tics) y herramientas de planificación estratégica, *así como la* realidad financiera de la empresa, de manera de establecer estrategias para corregir las fallas encontradas en los procesos.

Esta investigación también se justifica plenamente desde el punto de vista teórico, dado que se reviso críticamente enfoque de la Metodología Canvas , lo cual sin duda se convertirá en un elemento clave para su aplicación en el contexto de las pequeñas empresas, independientemente del sector donde se aplique.

Desde el punto de vista social, servirá de referencia para otros investigadores interesados en profundizar en esta línea de investigación, así como en el caso de aquellas empresas que apliquen un enfoque sistémico de modelo de nuevo negocio para lograr mejorar su rendimiento y posicionamiento sobre la competencia, con el fin de promover su crecimiento y su valor en el mercado.

Desde el punto de vista práctico, esta investigación se realizó porque existe la necesidad de mejorar el desempeño de la empresa de estudio Repuestos Dos Coronados, C.A. Lo cual implica describir el modelo de negocios a través del Modelo Canvas, de modo que los resultados de la investigación servirán para cambiar la realidad de la empresa objeto de estudio.

Desde el punto de vista personal, permitió profundizar conocimientos en el área planificación estratégica que serán puestos en práctica en el área de trabajo, así como también servirá de requisito parcial para optar al título de Licenciado en Administración en la Universidad de Oriente-Núcleo Monagas.

#### **1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Esta investigación estuvo dirigida a proponer un modelo de negocios bajo la metodología Canvas como herramienta de gestión en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, la cual se encuentra ubicada en el sector Guaritos VI, Transversal A, casa #7, Maturín- Edo. Monagas. El proyecto de investigación modalidad tesis de grado se realizó en periodo académico II-2023.

## 1.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

**Administración:** Su trabajo principal es darle sentido a las diversas situaciones que enfrentan las organizaciones, tomar decisiones y formular planes de acción para resolver problemas de la organización. (Laudon, K. y Laudon, J; 2008; p. 18).

**Buyer personas:** Es un arquetipo del consumidor que reúne las características ideales para un producto o servicio concretos. (Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona> [Consulta 15/11/2023.]).

**Competitividad:** Capacidad de una organización para ofrecer productos y servicios mejores y más baratos, adecuados a las necesidades y expectativas del mercado, brindando soluciones innovadoras al cliente. (Chiavenato, I. 2007; p.20).

**Dirección Estratégica:** Se define como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos. Según esta definición, la dirección estratégica se centra en la integración de la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, la producción, las operaciones, la investigación y desarrollo, y los sistemas de información por computadora para lograr el éxito de la empresa. (David, F.; 2003; p. 5).

**Estrategias:** Es el plan global, generalmente a largo plazo, mediante el cual se coordinan todas las actividades de la empresa para cumplir con éxito a misión, visión y objetivos de la misma. Esto se realiza a través de la acción

coordinada del factor humano y los recursos de la empresa. (Muñoz, C.; 2002; p. 457).

**Fortalezas y Debilidades Internas:** Las fortalezas y las debilidades internas son las actividades que la empresa puede controlar y cuyo desempeño se califica como excelente o deficiente. Surgen en las actividades de dirección, mercadotecnia, finanzas, contabilidad, producción, operaciones, investigación y desarrollo, y manejo de sistemas de información de una empresa. La identificación y evaluación de las fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de una empresa es una actividad estratégica básica. Las empresas intentan seguir estrategias que aprovechen las fortalezas internas y eliminen las debilidades internas. Las fortalezas y las debilidades se determinan en relación con los competidores. Una deficiencia o superioridad relativa constituye una información importante. (David, F.; 2003; p. 11).

**Funciones Administrativas:** son las funciones relacionadas con la integración de las otras cinco funciones (técnicas, comerciales, financieras, de aseguramiento, contables y administrativas). Para Fayol, las funciones administrativas engloban: planear, organizar, dirigir, controlar y coordinar; actualmente incluyen: planeación, organización, dirección y control. En su conjunto, las funciones administrativas forman el proceso administrativo. (Chiavenato, I. 2007; p.82).

**Home office o teletrabajo:** podríamos decir que es una modalidad que se lleva a cabo fuera de la central de oficinas de una empresa. (Disponible en: <https://factorialhr.es/blog/home-office/>[Consulta 15/11/2023.]).

**Misión:** La misión definida como una declaración describe los valores y las prioridades de una empresa. La elaboración de una declaración de la misión

impulsa a los estrategas a considerar la naturaleza y el alcance de las operaciones actuales; y a evaluar el atractivo potencial de los mercados y las actividades en el futuro. Una declaración de la misión expresa en forma amplia la dirección de una empresa a futuro. (David, F.; 2003; p. 10).

**Oficina virtual:** Los empleados no trabajan en un sitio permanente. Aquí los espacios de trabajo son temporales, con empleados que pasan de un escritorio a otro a medida que se abren vacantes. (Laudon, K. y Laudon, J; 2008; p.89).

**Objetivos Organizacionales:** Son los puntos hacia los cuales las empresas encaminan sus energías y recursos. Si la organización es un medio de lograr los fines mediante la capacidad de los individuos, los objetivos son metas colectivas que representan aspectos socialmente significantes. Aunque muchas veces se representan como definidos por la acción, los objetivos también influyen en la actividad organizada, puesto que, al quedar bien establecidos, sirven como elemento vital en la legitimación de la acción. (Chiavenato, I.; 2000; p. 30).

**Oportunidades y Amenazas Externas:** Las oportunidades y las amenazas externas se refieren a las tendencias y sucesos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, legales, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que pudieran beneficiar o dañar en forma significativa a una empresa en el futuro. Las oportunidades y las amenazas están más allá del control de una empresa, de ahí el término externo. (David, F.; 2003; p. 10).

**Organización:** Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas, formado por dos o más personas, cuya cooperación recíproca es esencial para la existencia de aquella. Una organización solo existe cuando hay personas capaces de comunicarse; están dispuestas a actuar conjuntamente, y cuando desean obtener un objetivo común. (Chiavenato, I.; 2000; p. 7).

**Planeación:** Es el proceso de decidir de antemano qué se hará y de qué manera. Incluye determinar las misiones globales, identificar resultados claves y fijar objetivos específicos, así como políticas de desarrollo, programas y procedimientos para alcanzarlos. La planeación tiene una implicación futura, que se tiene cierta habilidad para el diseño de planes a fin de lograr los objetivos. (Muñoz, C.; 2002; p. 182).

**Plataforma digital:** Es un entorno en el que los usuarios podemos llevar a cabo tareas, gestionar actividades, colaborar con otros usuarios e interactuar por medio de las herramientas y funcionalidades que ofrece dicha plataforma. (Disponible en: <https://blog.hubspot.es/website/que-es-plataforma-digital> [Consulta 15/11/2023.]).

**Proceso:** Es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cuales fueren sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas que desean. (Stoner, J., Freeman, E., y Gilbert, D; 1996; p.11).

**Procedimientos:** modos de ejecutar o llevar a efecto los programas. Los procedimientos son planes que establecen la secuencia cronológica de las

tareas específicas necesarias para realizar determinados trabajos o tareas. (Chiavenato, I.; 2007; p. 157).

**Valores:** son creencias básicas sobre lo que es importante y que constituyen guías que orientan las prácticas en una organización. (Chiavenato, I. 2007; p.351).

**Visión:** Es la forma en que se ve a empresa a sí misma, desde el punto de vista particular del propósito que tiene como agrupación de funcionarios y empleados. (Muñoz, C.; 2002; p. 457).

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

El presente capítulo, se refiere al marco teórico que sirvió de base para la sustentación de la investigación, contiene los antecedentes de la investigación, bases teóricas, bases legales y bases institucionales de la empresa objeto de estudio.

#### **2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN**

Los antecedentes abarcan todas aquellas fuentes documentales que pueden estar relacionadas con la investigación que se lleva a cabo, también con los estudios o trabajos previos efectuados por otros investigadores sobre el problema planteado, de allí la necesidad de localizar información general, especializada y actualizada que estén relacionados con la misma.

A nivel internacional, se evidencio experiencias en investigaciones referidas a la gestión estratégica empresarial, la adopción de las empresas a la modalidad Home Office por la pandemia Covid-19 en estudios realizados por:

Delgado Litardo, B. I., Bravo Ross, W. A., y Pinzón Barriga, L. E. (2022). **La planificación estratégica como herramienta clave para el desarrollo de las microempresas.** La investigación se basó en un diseño bibliográfico de tipo documental. La investigación documental se concretó exclusivamente en la recopilación de información de diversas fuentes, con el objeto de organizarla, describirla e interpretarla de acuerdo con ciertos procedimientos que garantizaron confiabilidad y objetividad en la presentación de los

resultados. Para lograr este propósito se utilizaron herramientas como textos, documentos y artículos científicos publicados disponibles en la Web.

Los autores, exponen en su investigación: La planeación es una tarea fundamental en el camino hacia el éxito; si bien los buenos planes son esenciales, no son suficientes para lograr los resultados que con eficacia y eficiencia conduzcan a lo que se desea y se propone obtener. El camino hacia el éxito inicia en identificar lo que se desea, y con ello fijar con claridad los propósitos que se pretenden. Concluyendo que la mayoría de las microempresas, son dirigidas por su dueño, la formación de este líder de las microempresas va muy relacionado con la capacidad de aplicar la planificación estratégica ya que este establece, en base a su experiencia, sus lineamientos, por lo general no involucran a los trabajadores que conforman la microempresa en los objetivos, perdiendo el compromiso de su fuerza laboral hacia el trabajo.

Por otro lado, Farfan, R. (2021), en su tesis de pregrado de la Universidad César Vallejo en Lima Perú, para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial presenta un estudio de investigación titulado: ***“Aplicación del modelo Canvas para mejorar la rentabilidad en la empresa 2G Servicios Generales AQP S.A.C. Arequipa.”***.

El autor, tuvo como objetivo determinar como la aplicación del modelo Canvas mejorará la rentabilidad en la empresa 2G Servicios Generales AQP S.A.C. Arequipa, 2021. La investigación fue de tipo aplicada con un enfoque cuantitativo, y un corte longitudinal, el diseño fue cuasi experimental, ya que se analizó la rentabilidad antes y después de la aplicación del modelo Canvas. La muestra estuvo formada por 30 empleados. Como instrumento se utilizó una encuesta y una ficha de recolección. Se obtuvo como conclusión

que el Modelado de Negocio Canvas influye el índice de la rentabilidad ya que se incrementó de 58.86% a 97.02%, es decir tuvo un aumento del 38.16%.

Laines Alamina, C. I., Hernández García, A. P, y Zamayoa Urbina, D. A. (2021). ***“La importancia de las habilidades blandas en el Home office y su impacto en la productividad de una empresa.”***

En el artículo exponen: La reconfiguración de los esquemas laborales y lo trascendental de comprender y analizar la relevancia e importancia del impacto de las habilidades blandas en la productividad de una empresa en el contexto del home office, donde analizan con detalle las diversas habilidades blandas , tanto personales como interpersonales, necesarias para afrontar los escenarios Post pandemia y que impactan directamente en la productividad dentro de las organizaciones, vinculando el aspecto fundamental del talento humano y el desarrollo de sus competencias personales y profesionales.

Rodríguez García, O. (2020). ***“Home Office en la nueva normalidad: Retos y futuro del Home Office.”*** En el artículo de la Revista Latinoamericana de investigación social exponen:

El home office se ha posicionado como una alternativa para que las empresas no frenen algunas actividades y, al mismo tiempo, cuiden a sus trabajadores. Sin embargo, es importante mencionar que el home office en tiempos del COVID-19, no tiene nada que ver con el home office flexible o permanente que muchos conocemos desde hace años.El home office es una práctica laboral que cada vez tiene más penetración en las

organizaciones por los enormes beneficios que aporta tanto a la organización como a los empleados. Sin embargo, esta modalidad se vio forzada u obligada con la llegada de la pandemia de COVID-19. Asegurar que las personas que trabajan activamente estén debidamente capacitadas y cuenten con las competencias desarrolladas necesarias para cumplir con dicha tarea, podrá asegurar el éxito en el cumplimiento de los objetivos de las empresas y asegurar la continuidad de negocios e instituciones.

A nivel institucional se evidencia los trabajos de investigación titulados:

García Exy. (2023) realizó un trabajo de investigación, para obtener el título de Licenciado en Administración en la Universidad de Oriente – Núcleo de Monagas, titulado: ***“Plan De direccionamiento estratégico para la empresa Bodegón Casemaca 2014 F.P.”***

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal diseñar un plan de direccionamiento estratégico para la empresa Bodegón Casemaca 2014, F.P. Ubicada en el Estado Delta Amacuro, específicamente en el municipio Pedernales, donde el tipo de investigación empleado por la investigadora fue de campo a través de un nivel descriptivo. Donde se pudo concluir que no existe la presencia de un documento formal, como un manual donde se pueda apreciar: misión, visión, valores o estructura organizativa en la empresa, por lo cual fueron creadas en conceso con la opinión de su dueño.

Veliz, B. (2020) realizó un trabajo de investigación, para obtener el título de Licenciado en Contaduría Pública en la Universidad de Oriente – Núcleo de Monagas, la misma fue titulada: ***“Estudio de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC’S), como estrategia para facilitar la***

***consolidación de la información contable en la empresa Pc Print, C.A, Maturín - Estado Monagas.”***

El objetivo fundamental de esta investigación fue estudiar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC´S), como estrategia para facilitar la consolidación de la información contable en la empresa PC PRINT, C.A, Maturín – Estado Monagas. Se basó en una investigación de campo, de tipo descriptiva la cual tuvo una población de las actividades administrativas relacionadas con la información contable para la consolidación de la misma a través del uso de las Tics en la empresa PC PRINT, C.A.

El autor concluye que la empresa PC PRINT, C.A, cuenta con la paquetería Office, así como herramientas tecnológicas que le permiten la comunicación con clientes y proveedores, además resalta que trabajan con el sistema contable A2 software. En este trabajo de investigación pone de manifiesto la importancia de las Tics como una herramienta que ayuda a facilitar el manejo de la información.

Se han tomado como guía estos artículos y trabajos de investigación, ya que se relacionan con el tema de estudio planteado, en ellos se pueden corroborar la importancia de la planificación estratégica, el modelo Canvas para potenciar los nuevos negocios, así como el uso de las tecnologías de información para las empresas, la aplicabilidad del teletrabajo o Home Office en empresas tanto públicas como privadas, por lo cual se considera que el propósito de estos estudios ayudaran en el campo de investigación.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 Planificación estratégica**

Para David F (2003)

La administración estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo, y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización.(p.5)

El término administración estratégica se utiliza como sinónimo del término planeación estratégica. Éste último se utiliza con más frecuencia en el mundo de los negocios, en tanto que el primero se utiliza más en el campo académico.

En este sentido, a lo referido por el autor previamente citado, la planificación estratégica es el proceso de documentar y establecer una dirección para la organización, evaluando dónde se encuentra y hacia dónde va. De esta manera, es posible establecer la misión, visión, valores, los objetivos a largo plazo y los planes de acción que utilizará para alcanzarlos.

Cuando la planeación estratégica se encuentra bien estructurada puede desempeñar un papel fundamental en el crecimiento y el éxito de la empresa. Es importante que cuando se trata de una organización, siempre se establezcan planes o rutas junto con una buena planificación estratégica, en donde prevalezca la unión de los recursos internos con las oportunidades del

entorno empresarial, con la meta de disminuir aquellas debilidades internas y las amenazas que puedan llegar a afectar el desarrollo de las actividades de una empresa.

La planificación estratégica en la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, ayuda para fijar diferentes lineamientos de acción los cuales suelen orientar las decisiones y los resultados que se presentaran en el futuro.

En la actualidad empresarial, representa el punto de partida para un excelente desempeño en el área correspondiente a cada empresa, como también, la herramienta disponible de la cual se necesita para enfrentar este tipo de desafíos. Se centra en la integración de varios departamentos comerciales como contabilidad, investigación y desarrollo, producción, marketing, sistemas de información y gestión, para lograr los objetivos de la organización.

#### **2.2.1.1 Características de la planificación estratégica**

A continuación, se menciona las características de la planificación estratégica.

- a. Responde preguntas como: dónde estamos y hacia dónde queremos ir, qué somos y qué deberíamos ser.
- b. Su objetivo es la planificación a largo plazo, teniendo en cuenta las oportunidades ambientales presentes y futuras. Ayuda a las organizaciones a analizar sus fortalezas y debilidades y a adaptarse al medio ambiente.
- c. Centra las fortalezas y los recursos de la organización en actividades importantes y de alta prioridad en lugar de las actividades rutinarias y cotidianas.
- d. La planeación estratégica es un proceso continuo que permite a las organizaciones adaptarse al entorno dinámico y cambiante.

- e. Coordina el entorno interno de las organizaciones con el entorno externo, los recursos financieros con recursos no financieros y los planes a corto plazo con los planes a largo plazo. (Disponible en: <https://www.questionpro.com/blog> [Consulta 15/11/2023.]).

La planificación estratégica es importante para una organización porque proporciona un sentido de dirección y describe objetivos medibles. Además, es una herramienta útil para orientar las decisiones cotidianas y también para evaluar el progreso y cambiar los enfoques al avanzar.

A pesar de los beneficios de realizar una planeación estratégica, las organizaciones no se están centrando en las estrategias a largo plazo de sus negocios, ya sea por falta de tiempo o porque no se le ve la importancia a un buen diagnóstico, a la investigación previa, o al análisis estratégico.

### **2.2.2 Etapas de la planificación estratégica**

El proceso de planeación estratégica comprende diferentes etapas, que son:

- **Diagnóstico actual:**

*“La etapa inicial y fundamental en el diagnóstico para la **planificación estratégica** consiste en examinar las “Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas” de su organización.”* (Disponible en: <https://www.concur.com.mx/blog/article/planeacion-estrategica-mx> [Consulta 15/11/2023.]).

Conocer la situación actual de la organización es un aspecto fundamental. Una de las herramientas más utilizadas para realizar el análisis interno-externo de la empresa es la matriz FODA o DOFA, también llamada SWOT (por sus siglas en inglés), la cual también es un modelo de planificación estratégica en sí misma. Las fortalezas y las debilidades son calificadas como factores internos, siendo las fortalezas las áreas en las que la empresa destaca; mientras que las debilidades hacen referencia a lo que es necesario mejorar.

Por otra parte, las oportunidades y las amenazas son identificadas como factores externos. Las oportunidades indican tendencias a las que es posible sacar provecho; y las amenazas, situaciones que pueden obstaculizar la consecución de objetivos.

- **Identidad organizacional:**

Una vez desarrollado el diagnóstico de la situación actual de la organización, se abordará la siguiente etapa: definir la identidad de la empresa o redefinirla en caso de que ya exista.

La identidad organizacional está basada en tres pilares clave:

- a) Misión (propósito de la empresa);
- b) Visión (proyección de la empresa a futuro);
- c) Valores (criterios éticos y morales de la organización).

La misión responde a preguntas como: ¿Qué hace la empresa? ¿Cuál es su razón de ser? ¿Quiénes son sus clientes? Asimismo, la visión atiende

a cuestionamientos sobre cómo será la organización a largo plazo. Finalmente, los valores servirán como guías de acción para todos los miembros de la empresa en el presente y el futuro.

- **Análisis del entorno:**

En la página Web de SAP Concur Team (2022) *“Los factores externos para un análisis completo y una toma de decisiones informada. Permiten desarrollar planes de contingencia dentro de las estrategias organizacionales que puedan hacer frente a situaciones presentes en el entorno.”* (Disponible en: <https://www.concur.com.mx/blog/article/planeacion-estrategica-mx> [Consulta 15/11/2023.]).

En este sentido, el análisis del entorno supone tomar nota de las diferentes tendencias y situaciones que de una forma u otra pueden incidir en el desarrollo de la empresa. Si bien parte de esta información está contemplada en la matriz FODA (específicamente en el área de factores externos); es importante considerar otros elementos de interés como clientes, competidores y relación con proveedores.

- **Objetivos estratégicos:**

Las organizaciones se esfuerzan por alcanzar metas de alto nivel a largo plazo, conocidas como objetivos estratégicos. Existen diversas formas de establecer estos objetivos de manera desafiante y alcanzable, siendo uno de los métodos más efectivos el basado en el principio SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y Limitados en el Tiempo). (Disponible en: <https://www.concur.com.mx/blog/article/planeacion-estrategica-mx> [Consulta 15/11/2023.]).

Los objetivos estratégicos, identifican los resultados concretos que la empresa espera conseguir para asegurar su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo. Dado que los objetivos estratégicos deben cumplir con una serie de criterios, para acompañar el desarrollo de la compañía, es común utilizar la técnica de los objetivos SMART para desarrollarlos.

Al igual que FODA y SWOT, SMART es un acrónimo formado por las siglas o letras iniciales de las palabras inglesas Specific, Measurable, Attainable, Realistic y Time-bound. Traduciendo estos vocablos, encontramos que para que un objetivo sea considerado SMART debe ser:

- a. Específico (specific): ¿Qué se quiere conseguir? ¿Cómo? ¿Cuándo?
- b. Medible (measurable): el progreso puede contabilizarse;
- c. Alcanzable (attainable): viable;
- d. Realista o Relevante (realistic): es importante y ajustado a la realidad;
- e. Temporal (time- bound): con plazo definido.

Trabajar con objetivos SMART es una excelente forma de mejorar la productividad del equipo; enfocar la atención en lo que es realmente importante para la organización; y conquistar las metas.

- **Plan de acción u operativo:**

El plan de acción o plan operativo está conformado por el conjunto de estrategias que se realizarán para alcanzar los objetivos propuestos. Debe incluir las tareas previstas, los responsables, los recursos disponibles y los diferentes procedimientos a seguir. Es esencial que el plan de acción esté alineado con la misión, visión y valores de la empresa. Asimismo, debe ser

del conocimiento de los miembros de la organización. Una vez preparado y difundido, será el momento de ponerlo en práctica.

- **Seguimiento:**

Después de que el plan de acción se encuentre en marcha, es indispensable hacer un seguimiento constante de su ejecución. De esta forma, podrán detectarse situaciones que requieren una intervención inmediata o la necesidad de ajustes más profundos en las estrategias implementadas hasta la fecha.

### **2.2.3 Home office: Claves para implementarlo con éxito**

La posibilidad de trabajar desde casa o en un lugar distinto a la oficina implica una tendencia que se denomina Home Office y que es posible gracias a las nuevas tecnologías, la flexibilidad horaria, la conciliación laboral y familiar y mucho más. Esta modalidad de trabajo que también recibe el nombre de teletrabajo o trabajo remoto. (Disponible en: [https://www.sesametime.com/assets/home-office-consejos-para-implementarlo-y-ser-productivo/\[Consulta 17/11/2023.\]](https://www.sesametime.com/assets/home-office-consejos-para-implementarlo-y-ser-productivo/[Consulta 17/11/2023.])).

En referencia a la cita, se puede acotar el home office es una modalidad de trabajo donde las actividades laborales se realizan desde el domicilio del empleado. Implica adecuar una zona de la casa a las tareas profesionales, para ejecutarlas con comodidad y eficacia.

Para implementar esta modalidad de trabajo es necesario seguir unas pautas, que comenzarán con la evaluación de los recursos técnicos y humanos con los que cuenta la empresa.

La empresa tiene que crear una política de home office que defina claramente vías de comunicación, herramientas a utilizar, medidas de control y horario laboral. Sin la implicación de RR. HH, no es posible la ejecución adecuada de políticas para el trabajo remoto. La implementación de esta modalidad de trabajo conlleva a reforzar la cultura organizacional, valores y objetivos empresariales.

Para implementar el home office, la empresa debe seguir unos pasos que comenzarán con un análisis de los recursos humanos, materiales y necesidades de los trabajadores. Con esta información, la empresa creará una política y la comunicará a los empleados.

A continuación se exponen los pasos para la implantación del Home Office en las empresas:

- **Análisis:**

En primer lugar, la empresa debe hacer un análisis de la situación y evaluar si cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para aplicar este modelo de trabajo. También hay que valorar la predisposición de los empleados a trabajar en casa. También si cuentan con herramientas que faciliten la comunicación, los procesos y demás.

Es conveniente tener la máxima información posible en este punto, para trasladar a responsables y empleados cuestiones que también deben ser analizadas por la Dirección y por RR. HH., como por ejemplo:

¿De qué herramientas tecnológicas se dispone?, ¿Son suficientes para atender las necesidades laborales de los trabajadores?, ¿Puede implicar que parte de la plantilla sí pueda acceder a home office, pero otra parte no? En ese caso, ¿cómo lo argumentará la empresa? ¿Podrá favorecer la comunicación entre ambas partes (departamentos en oficina vs home office) si necesitan conexión?

Esto conllevaría un cambio de espacio de oficina, ¿Qué nuevos canales de comunicación usarán para mantenerse conectados y disponibles?, ¿Qué política de uso de esos canales seguirá la empresa?, ¿Qué otras herramientas necesitará para mantener la actividad en remoto? ¿Necesitará nuevas soluciones en la nube, nuevos servidores?

- **Creación de la política de home office:**

El Home Office, es sin dudar el protagonista de los últimos años, se volvió una herramienta invaluable para proteger el bienestar de trabajadores, de la comunidad y mantener compañías a flote en el inicio de la pandemia del Covid-19. Repuestos Dos Coronados C.A, debió adaptarse a la implementación de home office para poder sobrevivir como empresa al inicio de la crisis sanitaria.

Las empresas deben crear una política de home office a partir de la etapa anterior de intercambio con los empleados. En ella se deben definir aspectos importantes como:

- a) El modelo de home office: ¿El trabajador podrá elegir qué días trabaja desde casa y cuáles en la oficina con total libertad? ¿Podría elegir

trabajar siempre desde casa? ¿Habrá limitaciones en cuanto a número de días o incluso días concretos en los que tendrá que ir a la oficina? Esta información se planteará en función del Feedback que la empresa haya recibido al preguntar a todos los trabajadores sobre sus preferencias y necesidades.

- b) La implantación y las reglas de uso del sistema que permitirá visualizar horarios, calendarios y disponibilidad de cualquier empleado.
- c) Organigrama o esquema que permita consultar con agilidad a quién acudir y en qué casos. En este también deben figurar las vías de contacto corporativas con cada uno de los empleados.
- d) La disponibilidad de equipos tecnológicos y mobiliario, política de envío, instalación y uso responsable en el hogar, incluyendo reglas.
- e) Vías y reglas de comunicación, mediante el uso de herramientas que permitan la interacción de los miembros de un equipo para facilitar el trabajo en equipo.
- f) Prevención de riesgos laborales y consejos sobre salud y bienestar específicos para la modalidad de home office.

- **Informar a los empleados:**

La política definida debe ser comunicada, exponiendo de este modo cuáles serán las reglas bajo las cuales se puede optar por la modalidad de home office.

Teniendo en cuenta que la implementación del home office no es factible para todos los empleados, deben determinarse qué actividades y, por tanto, qué puestos son susceptibles de acceder a esta modalidad y cuáles no.

- **Disponer medios y herramientas:**

Los empleados que finalmente vayan a acogerse al home office recibirán en casa todos los equipos tecnológicos (ordenadores, servidores, impresoras, digitalizadores, etc.) para el desempeño de sus funciones. Así mismo deben recibir las instrucciones de instalación o apoyo in situ de un técnico. También tendrán que disponer de todas las herramientas y accesos que sean necesarios. Son especialmente relevantes las herramientas de comunicación e interacción con el resto de compañeros.

- **Seguimiento y evaluación del desempeño:**

El proceso de implantación no finaliza cuando el empleado empieza a trabajar en casa. Es necesario analizar la situación cuando ya esté en marcha. En este momento se considerarán retoques e inconsistencias, tanto a nivel técnico como respecto de los objetivos empresariales.

Debe evaluarse también si los empleados están cumpliendo con sus objetivos. Así se podrá saber si el home office es o no un obstáculo en su consecución.

### **2.2.3.1 Beneficios del Home Office**

En los últimos años, el trabajo remoto se ha convertido en una práctica cada vez más adoptada por empresas de todo el mundo. Esta modalidad de trabajo ofrece una serie de beneficios tanto para los trabajadores como para las organizaciones.

El home office tiene beneficios tanto para los trabajadores que se acogen a este modo de trabajo como para la empresa que lo instaura. En este contexto, es importante explorar cómo el trabajo en la modalidad Home Office puede contribuir de manera significativa al éxito y crecimiento de las empresas.

El home office a los trabajadores les permite:

- a) Facilitar la conciliación laboral y familiar.
- b) Ahorrar gastos, ya que al trabajar desde su casa, el empleado reduce costes de traslado a la empresa, de comidas fuera de casa, etc.
- c) Ahorrar tiempo en desplazamientos.
- d) Reducir riesgos de accidente in itinere, ya que los desplazamientos relacionados con el trabajo disminuyen. Así mismo se reducen riesgos laborales en general, puesto que se presupone una menor actividad física. Los empleados no tendrán, por ejemplo, que subir escaleras para acceder a la oficina, momento en el que podría ocurrir un percance.
- e) Reforzar la confianza. Es una excelente oportunidad para que el empleado demuestre que se puede confiar en él y que está plenamente capacitado, independientemente de la modalidad de trabajo (presencial o a distancia).

Por su parte, los beneficios del home office para las empresas:

- a) Ahorro en costos, al optimizar el espacio de trabajo. Se pueden utilizar locales más pequeños, lo que supone un ahorro tanto en alquiler como gastos de mantenimiento, mobiliario, etc.
- b) Mejora la atracción del talento. La empresa tiene la posibilidad de contratar personas de cualquier parte del mundo.

- c) Mejora la productividad, gracias al ahorro en desplazamientos y a la adopción de herramientas colaborativas en línea.
- d) Mejora el employer branding o marca empleadora, la imagen de una empresa mejora cuando se da flexibilidad a los empleados a la hora de elegir desde dónde quieren desempeñar sus funciones.

#### **2.2.4 Tecnologías de Información y Comunicación, y su relevancia para el desarrollo de una organización**

Las TIC, según Gil (2002), *“constituyen un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real”* (p.3). Por su parte, Ochoa y Cordero (2002), establecen que: *“son un conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y la transmisión digitalizada de la información”*. (p.1)

Los autores *concuerdan*, con la digitalización de la información a través de canales o medios tecnológicos, que son los recursos físicos o informáticos que hacen posible el manejo de información de un modo más práctico y se pueden almacenar y procesar.

Thompson y Strickland, (2004) definen las tecnologías de información y comunicación, como: *“aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización”*. (p.5)

Los autores citados, destacan que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones de cualquier índole, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas.

### **2.2.5 Tecnologías digitales que están cambiando el mundo del marketing**

*“El Marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital es el conjunto de actividades que una empresa (o persona) ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones y desarrollar una identidad de marca.”* (Disponible en: <https://rockcontent.com/es>[Consulta 05/05/2024.]).

El Marketing Digital, es un conjunto de informaciones y acciones que pueden ser hechas en diversos medios digitales con el objetivo de promover empresas y productos.

Surgido en la década de 1990, el Marketing Digital mudó la manera como las empresas utilizan la tecnología en la promoción de sus negocios. El término se ha tornado más popular a medida que las personas pasan a utilizar más dispositivos digitales en el proceso de compra, sea para buscar productos o para realizar compras en sí.

Para tener una idea de cómo cambió el proceso de compra, basta mencionar que, en el pasado, casi toda la información que podríamos obtener sobre productos y servicios estaba en la mano de empresas que ofrecían esas soluciones. Hoy, el Marketing Digital ha posibilitado que el

consumidor tenga un papel más activo en ese proceso, por tratarse de un asunto muy extenso/macro, posee una enorme diversidad de disciplinas, estrategias y técnicas puntuales. Siendo así, existen innumerables formas de aplicarlo. Pero, a pesar del gran número de posibilidades de aplicaciones, existen estrategias/técnicas que se destacan por ser usadas por la gran mayoría y que normalmente traen resultados positivos se mencionan a continuación:

**Marketing de contenido:** Es todo el contenido hecho para educar, informar o entretener a un futuro cliente. La idea consiste en informar a las personas para hacer con que futuramente no sólo respeten la marca y la tengan como referencia, sino también se conviertan en clientes de potenciales de la empresa.

**Email Marketing:** Significa el envío directo de un mensaje comercial, típicamente a un grupo de personas, a través de email. Por definición, cada email enviado a un potencial o actual cliente puede ser considerado Email Marketing. Generalmente, es utilizado para enviar promociones, adquirir negocios, solicitar ventas o donaciones, y su propósito es construir lealtad, confianza o branding (divulgación de la marca).

**Redes Sociales:** A partir de los años 2000, principalmente con la llegada de Orkut, las redes sociales se popularizaron bastante en todo el mundo como una nueva forma de socialización online. Con el tiempo, las redes sociales se transformaron en un espacio muy interesante para quien busca nuevos canales para aplicar Marketing Digital.

Actualmente existen diversas ventajas que estimulan a las empresas a estar presentes en las redes sociales. La primera y principal de ellas es el

altísimo número de usuarios presentes en las mismas. Además, es un canal que permite una gran promoción y puede ser utilizado para promover la marca, los productos, contenidos, y promocionar el propósito y misión de la empresa.

**Optimización de Conversión – CR:** Todo el esfuerzo para aumentar las tasas de conversión para determinado objetivo. O sea, disminuir la fricción y aumentar la proporción de personas que realizan la acción necesaria para ir del contexto A al contexto B.

Un ejemplo cotidiano es, en el caso de un negocio físico de productos, la existencia de una relación entre el número de personas que entran en el negocio y el número de personas que compra algo. Esta relación puede ser encarada como una tasa de conversión, en este caso, de los visitantes que realizan una compra.

En el Marketing Digital, el objetivo es tener una presencia online que desempeñe parte del proceso de compra del visitante, educándolo sobre problemas y oportunidades que enfrenta y generando valor para tu producto o servicio.

**Marketing de Búsqueda – SEM:** En los años 2000 surgieron los buscadores online con la misión de auxiliar a los usuarios en la búsqueda por sitios Web de prácticamente todos los nichos. Con el pasar del tiempo, la practicidad que los buscadores estaban proporcionando para los usuarios de internet comenzó a ser difundida y rápidamente gran parte del público web pasó a usar la red para buscar por servicios y entretenimientos a la medida de cada uno.

De las herramientas de búsqueda que se popularizaron desde entonces, sin dudas Google viene siendo la mayor referencia para todos. Con el rápido crecimiento del mundo de búsquedas online, muchas empresas comenzaron a preocuparse con la forma con que eran vistas en esos buscadores: cuando eran vistas, cuántas veces eran vistas. Por ese motivo nació el marketing de búsqueda (SEM).

El Marketing de Búsqueda, o SEM, tiene como objetivo hacer con que determinado sitio Web sea privilegiado y aparezca con prioridad (y calidad) para aquellos que buscan por algo relacionado al mismo en la internet.

### **2.2.6 Modelo Canvas**

El Modelo Canvas, es una metodología desarrollada por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, que permite desarrollar, visualizar, evaluar y alterar modelos de negocios nuevos o existentes. En el libro: «Business Model Generation del 2010», los autores plasmaron esta metodología, donde se enfatizó la necesidad de cuestionar y evidenciar las percepciones del negocio. (Disponible en: <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/> [Consulta 15/11/2023.]).

El Business Model Canvas -BMC- nació gracias al suizo Alexander Osterwalder. Quien en su tesis doctoral, tuvo como referencia el término “Modelo de Negocios”. El lienzo del modelo de negocio es un lenguaje común para “describir, visualizar, evaluar y modificar modelos de negocio”

Por esta razón apostaron por una metodología dividida en nueve módulos básicos, que refleja la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica.

- **Segmento del cliente:**

¿Quiénes son tus clientes? ¿Qué piensan ellos? ¿Qué ven? ¿Qué sienten? ¿Qué hacen? Identifica cómo son tus clientes más importantes y determina tus buyer personas.

Las organizaciones a menudo brindan servicios a más de un grupo de clientes y resulta una buena táctica dividirlos en segmentos. Identifica las necesidades, requisitos específicos de cada grupo y el valor que le otorgan a tu organización. De esta manera, los productos y servicios podrán orientarse mejor hacia las necesidades y requisitos (así como darle prioridad a los segmentos que más le aportan al negocio).

- **Propuesta de valor:**

¿Qué tan convincente es tu propuesta de valor? ¿Por qué tus clientes consumen tu producto? ¿Por qué compran?.

La propuesta de valor es el núcleo de la razón de existir de una empresa y es la manera de satisfacer las necesidades del cliente.

- **Canales:**

¿Cómo se promueven, venden y entregan tus productos o servicios? ¿Por qué? ¿Están funcionando?

Ocuparse de los canales de comunicación, distribución y ventas, no se trata solo del contacto con el cliente y la forma en que la organización se

comunica con los clientes. La ubicación de compra, entrega del producto y los servicios provistos también son elementos decisivos. Los canales para los clientes tienen 6 (seis) etapas diferentes: conocimiento del producto, compra, entrega, evaluación, satisfacción y posventa.

- **Relación clientes:**

¿Cómo interactúas con el cliente a través de su proceso?

Es esencial interactuar con los clientes. Cuanto más amplia sea la base de clientes, más importante será que la dividas en diferentes grupos objetivo.

- **Fuentes de ingreso:**

¿Cómo genera ingresos tal propuesta de valor?

Estructurar los costos y los flujos de ingresos te proporcionará una visión clara de cómo la organización obtiene ingresos. Por ejemplo, ¿cuántos clientes necesitan anualmente para generar ganancias? ¿Cuántos ingresos necesitas para alcanzar el punto de equilibrio? ¿Cuál es el costo del producto?

- **Actividades claves:**

¿Qué estrategias únicas tiene el negocio para entregar su propuesta al cliente?

Al tener un buen conocimiento de las actividades centrales la empresa obtendrás una comprensión más completa de la propuesta de valor organizacional. No se trata solo de producir, sino de enfocarse en la resolución de problemas, en las redes y en la calidad del producto o servicio.

- **Recursos Claves**

¿Qué activos estratégicos únicos tiene tu negocio para competir?

Los recursos clave son los medios que una empresa necesita para llevar a cabo sus actividades. Se pueden clasificar como recursos físicos, intelectuales, financieros o humanos.

Los recursos físicos pueden incluir activos, tales como: los equipos comerciales; los recursos intelectuales abarcan, entre otras cosas, el conocimiento, marcas, patentes y las certificaciones; los recursos financieros están relacionados con el flujo de fondos, las fuentes de ingresos y los recursos humanos.

- **Asociaciones claves:**

¿Qué actividades puede dejar de realizar la compañía para enfocarse en sus acciones clave?

Es importante crear alianzas con socios, tanto para las organizaciones que inician como para las ya existentes.

- **Estructura de costos**

¿Cuáles son los principales generadores de costos de la empresa?  
¿Cómo se vinculan a los ingresos?

Al obtener una idea de la estructura de costos sabrás cuál es el volumen mínimo de las ventas para obtener ganancias. La estructura de costos considera economías de escala, costos constantes, variables y ganancias.

### **2.2.6.1 Importancia del modelo Canvas en las empresas**

El modelo Canvas es una herramienta ideal para comprender un modelo de negocio de forma más directa y estructurada. Utilizarlo ayudará a visualizar la información de clientes, las propuestas de valor que ofrecen, a través de qué canales y cómo la empresa gana sus dividendos. Además, se puede usar el modelo Canvas no solo para comprender el modelo comercial, sino también el de los competidores.

El Modelo Canvas es definido por Broitman P (2019) Directora del Programa de Innovación y Emprendimiento de la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile como:

Es una herramienta que permite tener una visión global del negocio e innovar para adaptarse a los cambios del mercado. Armarlo es algo que parece fácil, pero en realidad no es una tarea tan sencilla. Las pymes generalmente creen que saben quiénes son sus clientes y productos, pero en realidad muchas veces no los conocen tan bien. (Disponible en: <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/>[Consulta 05/05/2024.]).

Asimismo, es una herramienta que permite tener una visión global del negocio, esto facilitará innovar para adaptarte a los cambios del mercado. No solo ayuda a comprender quiénes son los clientes y productos, sino que ayuda a que todos los miembros de la organización tengan el mismo enfoque.

Al ser una herramienta cualitativa, conviene complementarla con modelos cuantitativos, como el manejo de datos y números, así como herramientas financieras, contables, de marketing, entre otras. Una vez estructurado el modelo Canvas, es capaz de modelar la empresa, crear nuevas ideas para implementar e innovar para todos los cambios que se necesite.

## **2.3 BASES LEGALES**

Para iniciar las bases legales, es primordial comenzar haciendo referencia al modelo de ordenamiento jurídico del abogado y filósofo del derecho, Hans Kelsen (1881 – 1973), el cual se conoce como la pirámide de Kelsen. Con respecto a este estudio, se encuentra en la cúspide de la pirámide la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

### **2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**

En la Constitución de la República de Venezuela de 1999, en los siguientes artículos, establece el derecho que tienen los ciudadanos de trabajar:

Artículo 87. Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El Estado garantizará la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona puede obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho. ...Todo patrono o patrona garantizará a sus trabajadores y trabajadoras condiciones de seguridad, higiene y ambiente de trabajo adecuados. El Estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones. (p. 32)

De igual forma, el Artículo 88 de la presente Constitución expone: *“El Estado garantizará la igualdad y equidad de hombres y mujeres en el ejercicio del derecho al trabajo...”* (Ídem, p.32)

De igual manera en el artículo 108 de la Constitución (1999) se establece que:

Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El estado garantizara servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley. (p.88).

Siendo importante destacar, que los empleados en las organizaciones deben de tener un conocimiento previo en el buen uso y aplicación de las nuevas tecnologías para su desarrollo personal y profesional.

De igual manera, en el Capítulo VII De los Derechos Económicos:

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

Repuestos Dos Coronados, C.A, es una empresa conformada por (4) cuatro empleados: (2) dos socios fundadores, quienes ejercen las funciones de: (1) un gerente administrativo, (1) un gerente de ventas, (1) un vendedor y un (1) contador público externo, quien realiza el proceso contable de la empresa

Repuestos Dos Coronados, C.A se dedica a la venta de repuestos, lo cual es, una actividad lícita y de libre desarrollo dentro de la República Bolivariana de Venezuela.

En el segundo tramo de la pirámide de Kelsen, se sitúan las leyes, Decretos, entre otros, en los cuales se tiene:

### **2.3.2 Ley de Ejercicio de la Profesión de Licenciado en Administración**

En el Título III, Del Ejercicio Profesional, en el Artículo 7: Se entiende por actividades propias del ejercicio de la profesión de Licenciado en Administración, aquellas que requieran la utilización de los profesionales a quienes ampara esta Ley, las cuales se especifican en el artículo siguiente.

## Artículo 8

Los servicios profesionales de Licenciado en Administración serán requeridos en todos aquellos casos en que leyes especiales lo exijan y en los que se indican a continuación:

L) Para realizar análisis de gestión administrativa y emitir dictámenes correspondientes en los organismos públicos y privados.

M) Para participar en la elaboración, dirección y coordinación de estudios para la instalación y seguimiento de sistemas y procedimientos administrativos que se implanten tanto en el sector público como en el privado. (p.3).

De acuerdo a lo establecido en los presentes artículos, tanto el sector público y privado deben tomar en cuenta, que la gestión administrativa en las organizaciones debe estar a cargo de profesionales en la rama de la Administración, por tener el perfil adecuado para ejercer dichas actividades.

### **2.3.3 Ley Especial contra Delitos Informáticos**

Esta Ley tiene por objeto la protección integral de los sistemas que utilicen Tecnologías de Información y Comunicación, así como la prevención y sanción de los delitos cometidos contra dichos sistemas o cualquiera de sus componentes, o cometidos mediante el uso de dichas tecnologías.

Artículo 1. Objeto de la Ley. La presente Ley tiene por objeto la protección integral de los sistemas que utilicen tecnologías de información, así como la prevención y sanción de los delitos cometidos contra tales sistemas o cualesquiera de sus componentes, o de los delitos cometidos mediante el uso de dichas tecnologías, en los términos previstos en esta Ley. (p.1).

Artículo 13. Hurto. Quien a través del uso de tecnologías de información, acceda, intercepte, interfiera, manipule o use de cualquier forma un sistema o medio de comunicación para apoderarse de bienes o valores tangibles o intangibles de carácter patrimonial sustrayéndolos a su tenedor, con el fin de procurarse un provecho económico para sí o para otro, será sancionado con prisión de dos a seis años y multa de doscientas a seiscientas unidades tributarias. (p.4).

### **2.3.4 Ley Orgánica de las Telecomunicaciones**

Esta Ley tiene por objeto asegurar el acceso igualitario de toda la sociedad al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación y garantiza el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones necesarias para lograrlo.

Artículo 2.- Los objetivos generales de esta Ley son: .. *“Promover el desarrollo y la utilización de nuevos servicios, redes y tecnologías cuando estén disponibles y el acceso a éstos, en condiciones de igualdad de personas e impulsar la integración del espacio geográfico y la cohesión económica y social.”* (p.1).

### **2.3.5 Decreto 825**

En el decreto 825, N° 36.955 de la fecha 22 de mayo de 2000. Decretado por el presidente Hugo Chávez Frías, el decreto sobre Internet como prioridad, tomando en consideración lo establecido en la Constitución Nacional, en el Plan Nacional de Telecomunicaciones, en el Plan Nacional de Ordenación del Territorio y en el Plan Nacional de Desarrollo Regional.

De conformidad con lo previsto en el artículo 110 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en concordancia con lo dispuesto en los artículos 1º de la Ley de Telecomunicaciones y 5º de la Ley Orgánica de la Administración Central, en Consejo de Ministros considera:

Que el Plan Nacional de Telecomunicaciones tiene como finalidad insertar a la Nación dentro del concepto de sociedad del conocimiento y de los procesos de interrelación, teniendo en cuenta que, para el desarrollo de estos procesos, la red mundial denominada Internet, representa en la actualidad y en los años por venir, un medio para la interrelación con el resto de los países y una herramienta invaluable para el acceso y difusión de ideas...(p.1).

Donde declara el uso de las tecnologías en el desarrollo social, económico, entre otros. El rol fundamental, es promover y profundizar las políticas públicas y la base legal para incentivar la creación de la infraestructura física, facilitar el acceso y el uso de Internet a toda la población para poder optimizar la calidad de vida de las personas, de igual forma plantea los pasos que debe seguir el Estado para poder promover la aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación en el país.

### **2.3.6 Decreto N° 4.160**

En Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela, Decreto N° 4.160 de fecha 20 de abril de 2020, mediante el cual se decreta el Estado de Alarma en todo el Territorio Nacional, dadas las circunstancias de orden social que ponen gravemente en riesgo la salud pública y la seguridad de los ciudadanos y las ciudadanas habitantes de la República Bolivariana, a fin de que el Ejecutivo Nacional adopte las medidas urgentes, efectivas y necesarias, de protección y preservación de la salud de la población venezolana, a fin de mitigar y erradicar los riesgos de epidemia relacionados

con el coronavirus (COVID-19) y sus posibles cepas, garantizando la atención oportuna, eficaz y eficiente de los casos que se originen.

En Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela en el artículo 8, se decreta suspensión de actividades laborales en el territorio nacional cuando la actividad económica lo amerite.

Artículo 8º. El Presidente de la República Bolivariana de Venezuela podrá ordenar la suspensión de actividades en determinadas zonas o áreas geográficas. Dicha suspensión implica además la suspensión de las actividades laborales cuyo desempeño no sea posible bajo alguna modalidad a distancia que permita al trabajador desempeñar su labor desde su lugar de habitación. (p.1).

El surgimiento de la pandemia COVID-19 alteró, drásticamente, todos los aspectos de la vida humana, especialmente la educación y el área comercial. A pesar de esta contingencia, las empresas del sector comercial debieron adaptarse a la nueva modalidad de prestar servicios vía online. Algunas empresas se vieron afectadas y debieron cerrar sus locales comerciales por los bajos niveles de ventas, tal es el caso de la empresa objeto de estudio Repuestos Dos Coronados, C.A.

## **2.4 BASES INSTITUCIONALES**

### **2.4.1 Nombre o Denominación Social**

La empresa se identifica con la Denominación Social: Repuestos Dos Coronados, C.A. RIF: J- J-410495006

### **2.4.2 Ubicación**

Repuestos Dos Coronados, C.A, se encuentra ubicado en el sector Guaritos VI, Transversal A, casa #7, Maturín- Edo. Monagas.

### **2.4.3 Reseña Histórica**

Repuestos Dos Coronados, C.A, fue registrada en el año 2018. Es una empresa familiar constituida por los hermanos Coronados para ofrecer la venta de repuestos para Camiones Mitsubishi, Iveco, Ford, Mercedes Benz en el Estado Monagas.

La empresa se formó gracias al espíritu emprendedor de la Licenciada Maylin Coronado, quien tiene amplia experiencia en ventas y asesorías de repuestos y accesorios para carros y camiones.

Inicialmente, el local comercial estaba ubicado en la Av. Principal de Fundemos, Local 04 en la respectiva localidad. Lograron posicionarse el mercado de ventas de repuestos a nivel local y en el oriente del país, por los precios competitivos que manejan.

Actualmente, manejan sus servicios de venta, tanto físico, como a consignación de pedidos, en el sector Guaritos VI, Transversal A, casa #7, Maturín- Edo. Monagas.

Por los efectos de la Pandemia Covid-19, los bajos niveles de ventas y el alto costo en los servicios debieron entregar el local comercial, manejar la comercialización y ventas utilizando la modalidad de oficina en casa,

apoyándose de herramientas tecnológicas como la plataforma Instagram para la venta de repuestos.

Es importante señalar, la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, formalmente no cuenta con una filosofía de gestión donde se pueda visualizar la visión, misión, valores, estructura organizativa ejemplificada en organigrama, descripción de los puestos de trabajo, objetivos estratégicos entre otros. Por consiguiente, la importancia de desarrollar el trabajo de investigación que permitiera a la empresa objeto de estudio y a sus empleados el manejo de herramientas de gestión empresarial.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se empleó para esta investigación fue de campo con apoyo documental, pues se fundamentó en la recolección de la información directa, extraída en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A.

Al respecto Arias, F (2016), define la investigación de campo como:

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

Ahora bien, este tipo de investigación permitió obtener datos de la realidad de la empresa y estudiarlos sin manipulaciones, información recolectada acerca de la situación empresarial.

Tomando en cuenta, que para llevar a cabo de manera satisfactoria la investigación se requirió el basamento teórico y legal, que permitieron darle soporte y ampliar conocimientos para concretar esta investigación, con la finalidad de ser base a la construcción de nuevos conocimientos.

En relación, a la investigación documental, la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (Upel) (2016) afirma:

Se entiende por Investigación Documental, el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones y, en general, en el pensamiento del autor. (p. 20).

### 3.2 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

Continuando con el autor Arias, F (2016), define el nivel de investigación de esta manera: *“El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio”* (p.23).

Por tal razón, esta investigación es de nivel Descriptivo, que de acuerdo con el citado autor:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (Ibídem, p.24)

De acuerdo, a lo expuesto por el autor se puede deducir, la investigación descriptiva consistió en dar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limitó a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

La investigación, permitió detallar la situación actual de la gestión empresarial, de la empresa en relación al manejo del direccionamiento

estratégico por la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, para el establecimiento de su filosofía organizacional.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población es un factor importante en el proceso de investigación; el tamaño viene dado por el número de elementos que la integran, cuando el número de elementos que la conforman es muy grande, la observación o medición de todos los elementos se hace compleja, para evitar estos inconvenientes se puede tomar una muestra estadística.

Arias (2016), la población está referida a: *“Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación.”* (p. 81).

En esta investigación la población estuvo sustentada por toda aquella información digital y física que se pueda revisar y estudiar, como: documentos, formatos, información de los clientes (nombre, número telefónico de contacto, tipo de repuesto, marcas, precios entre otros), soporte de pagos de los clientes, entre otros necesarios para el diseño del plan estratégico.

La empresa Repuestos Dos Coronados, C.A cuenta con (4) cuatro empleados para realizar los procesos administrativos y contables por: (2) dos socios fundadores quienes ejercen las funciones de: (1) gerente administrativo (1) gerente de ventas, (1) vendedor y un (1) contador público externo quien realiza el proceso contable de la empresa

En este orden de ideas, la muestra es una parte de la población objeto de estudio. En lo que concierne al colectivo a investigar o muestra, Balestrini (2007) señala, que la muestra es *“una parte representativa de una población, cuyas características deben reproducirse en ella, lo más exactamente posible.”* (p.142).

Dado el tamaño reducido de la población, no hubo necesidad de tomar o seleccionar muestras, por lo que se tomó el total de la población para realizar la investigación.

### **3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

Al respecto, Méndez (2020), indica:

...operacionalizar las hipótesis equivale a descender el nivel de abstracción de las variables y de esta forma hacer referencia empírica de las mismas: implica desglosar la variable en indicadores por medio de un proceso de deducción lógica, los cuales se refieren a situaciones específicas de las variables. (p.125)

Partiendo del deber ser planteado durante el marco teórico, se eligieron variables imprescindibles para la obtención de información fundamental para proponer un modelo de negocios bajo la Metodología Canvas para la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A que permita el mejoramiento de sus procesos de negocios y filosofía de gestión empresarial.

Las variables que se contemplaron en el estudio están basadas en ítems y alternativas propias de la investigación.

A continuación, se presenta la operacionalización de variables en la Tabla N°1, utilizada para recabar la información necesaria para desarrollar el estudio de investigación.

Tabla N°1 Operacionalización de variables

<b>OBJETIVO GENERAL</b>				
<b>Proponer un modelo de negocios bajo la metodología Canvas como herramienta de empresarial en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A.</b>				
<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA</b>
Diagnosticar la situación actual de la gestión empresarial, Repuestos Dos Coronados, C.A, en relación al manejo del direccionamiento estratégico.	Situación actual	Gestión empresarial Direccionamiento estratégico	Planificación Organización Dirección Control	Observación Directa y Participativa Entrevista no estructurada Revisión Bibliográfica Diagrama de Ishikawa
Formular el plan estratégico de la empresa para el establecimiento de su filosofía organizacional en la empresa objeto de estudio.	Filosofía Organizacional	Direccionamiento estratégico	Visión Misión Valores Organigrama de la empresa. Funciones de las áreas administrativas de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A	Observación Directa y Participativa. Revisión Bibliográfica Herramientas de planificación estratégica de Fred David

Tabla N°1 (Continuación)

<b>OBJETIVO GENERAL</b>				
<b>Proponer un modelo de negocios bajo la metodología Canvas como herramienta de gestión en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A.</b>				
<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA</b>
Señalar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S), que pueden aplicarse en la consolidación de la imagen corporativa de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A	Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S	Modelos gestión tecnológica de tecnologías de información aplicables a la gestión empresarial.	Aplicaciones Ofimática Redes Sociales Marketing Digital	Revisión Bibliográfica
Establecer el modelo de negocios para la consolidación de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A bajo la metodología Canvas.	Modelo de Negocios	Generación de Modelos de Negocio	Asociaciones claves Actividades claves Recursos Claves Propuesta de valor Relación clientes Canales Segmento del cliente Fuentes de ingreso Estructura de costos	Observación Directa y Participativa Entrevista no estructurada Revisión Bibliográfica Metodología Canvas.

Fuente: Autor (2023)

### **3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Según, Hernández, Fernández et al. (2017). “La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis.” (p. 407). En base a esto se tiene que las técnicas de recolección de información que se utilizaran en la presente investigación son las que se mencionan a continuación:

#### **3.5.1 La Observación Directa y Participativa**

Esta técnica permitió al investigador captar atentamente el fenómeno, comportamiento, conducta, hecho o caso, tomar información confiable y registrarla para su posterior análisis sobre la realidad de la unidad de estudio, así como aquello que lo rodea. La observación se utilizó cotidianamente para adquirir conocimientos, y en este caso ayudo a recabar información que proporcionó la comprobación de ciertas hipótesis o bien a contestar preguntas hechas acerca del tema.

Con respecto a la observación Arias (2016) expresa lo siguiente:

La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos. (p.69).

En este procedimiento se recopilaron datos e información mediante la percepción visual observando los hechos, permitiendo realizar el diagnóstico de la situación actual del proceso de direccionamiento estratégico aplicado por la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A. Así como también cuáles

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S) aplica la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A para la comercialización de los repuestos.

Esta técnica de investigación permitió conocer la realidad objetivamente, la percepción directa del objeto de estudio y situación de funcionamiento empresarial actual, tales como, operaciones que involucren al personal. Al respecto Fideas Arias (2016) señala que la observación directa: *“Es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos”* (p. 69).

### **3.5.2 La Entrevista No Estructurada**

Esta técnica se utilizó para tener una mejor visión acerca del problema en estudio, la cual permitirá al investigador conocer en forma global la situación planteada a través de las conversaciones y relaciones con el personal de la empresa. Hernández, Fernández et al. (2017) define: *“Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla (él o ella es quien maneja el ritmo, la estructura y el contenido.”* (p.418).

Se entrevistó al personal de la empresa Licenciada Maylin Coronado y el Licenciado Cesar Millán, estableciendo un diálogo informal entre los entrevistados y el entrevistador lo cual permitió conocer el manejo actual de los procedimientos, para proponer el establecimiento de la filosofía organizacional y modelo de negocios utilizando el modelo Canvas en la empresa objeto de estudio.

### **3.5.3 Revisión Bibliográfica.**

Es un proceso operativo que consistió en obtener y registrar organizadamente la información en libros, revistas, diarios, informes científicos, folletos, es decir, documentos impresos o en digital, sobre el tema del que se investiga; en términos simples es una técnica de observación complementaria.

Según Tamayo (2009):

La revisión documental constituye el fundamento de la parte teórica de la investigación, y permite conocer en el ámbito documental las investigaciones relacionadas con el problema planteado. Presenta, además, la teoría del problema aplicada a casos y circunstancias concretas y similares a las que se investiga. (p. 67).

Las diferentes bibliografías consultadas permitieron obtener la teoría para sustentar la investigación ente las que se pueden mencionar: tesis, libros, artículos de revistas científicas, así como las bases legales, siendo relevante la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en varios de sus artículos muestran los derechos que tienen todas las personas de disponer de bienes y servicios de calidad.

### **3.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Una vez recolectada la información fue necesario analizarla para obtener resultados. Para este estudio, y basado en las técnicas de recolección de datos, se aplicó el análisis cualitativo. Según Hernández S., Fernández C. y Baptista L. (2017), el análisis cualitativo se define como: “un método que busca obtener información de sujetos, comunidades, contextos,

variables o situaciones en profundidad, asumiendo una postura reflexiva y evitando a toda costa no involucrar sus creencias o experiencia” (p. 451).

De igual forma se aplicó el análisis de contenido, según Arias (2016) lo define como “una técnica lógica que permite estudiar los datos recopilados de manera documental o textual, para descifrar lo que revelan los mismos.” (p. 59). Esto permitió ordenar los datos que se obtienen de fuentes documentales, de la entrevista no estructurada y de la observación directa.

### **3.6.1 Diagrama de Ishikawa**

El Diagrama de Ishikawa presenta la relación existente entre el resultado no deseado o no conforme de un proceso (efecto) y los diversos factores (causas) que pueden contribuir a que ese resultado haya ocurrido.

El Diagrama de Ishikawa, también conocido como Diagrama de Espina de Pescado o Diagrama de Causa y Efecto, es una herramienta de la calidad que ayuda a levantar las causas-raíces de un problema, analizando todos los factores que involucran la ejecución del proceso. (Disponible en:<https://blogdelacalidad.com/diagrama-de-ishikawa/>[consulta 28/11/2023.]

El diagrama fue creado en la década de los 60, por Kaoru Ishikawa, tiene en cuenta todos los aspectos que pueden haber llevado a la ocurrencia del problema, de esa forma, al utilizarlo, las posibilidades de que algún detalle sea olvidado disminuyen considerablemente.

Esta herramienta, facilitó el diagnóstico de la situación actual para conocer y entender los problemas en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A., también permitió observar e identificar las causas de cada problema,

proporcionando información en las áreas susceptibles a mejoras y en las cuales se deben realizar inversiones para mejorar los procesos de gestión de la empresa objeto de estudio.

### **3.6.2 Modelo Canvas**

Es una valiosa estrategia a emplear en el momento de crear una nueva empresa o rediseñar una existente. Es muy útil contar con un mapa que guíe en el camino hacia la consecución de los objetivos. Esta permite describir y analizar, en una misma hoja, los distintos elementos que harán económicamente viables a la empresa.

El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece. (Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/modelocanvas.html>) [Consulta 28/11/2023.]

Este modelo fue creado y diseñado por Alexander Osterwalder, al ser de fácil comprensión, se puede analizar el entorno económico y social en el que actualmente deben desenvolverse las empresas, demandando de éstas flexibilidad e innovación, para poder adecuarse y competir. Los cambios tecnológicos y las transformaciones digitales, que implican nuevas necesidades y requieren nuevos enfoques y estrategias en las respuestas.

Esta estrategia permitió a la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, crear una visión global de la misma, facilitando la innovación para adaptarse a los cambios del mercado, comprender quienes son sus clientes, identificar

qué actividades son relevantes entre otros, a través del modelo Canvas para la consolidación de la empresa.

## **CAPITULO IV**

### **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos con su respectivo análisis, en correspondencia y orden a los objetivos específicos planteados, dando respuesta al tema de investigación: A continuación se describen:

#### **4.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL, REPUESTOS DOS CORONADOS, C.A, EN RELACIÓN AL MANEJO DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

En la actualidad, la empresa objeto de estudio, presta sus servicios desde la modalidad de trabajo Home Office y a su vez comercializa sus productos por la plataforma red social Instagram. Dicha empresa, en la emergencia sanitaria por Covid19, por distintos factores tanto de índole sanitaria y económica, debieron cerrar el local comercial y trasladar las operaciones comerciales al hogar de residencia de la Licenciada Maylin Coronado, con la finalidad de disminuir los gastos por alquiler.

Repuestos Dos Coronados C.A, es una empresa familiar, con 6 años de experiencia en el ramo de venta de repuesto para Camiones Mitsubishi, Iveco, Ford, Mercedes Benz en la ciudad de Maturín -Estado Monagas.

Para precisar, la situación actual de la empresa, se aplicaron los instrumentos de recolección de información a través de la observación directa y entrevista no estructurada a los Licenciados Cesar Millán y Maylin Coronado. Asimismo, se empleó el diagrama de Ishikawa (Ver. Figura

N°1), el cual permitió comprender sus áreas de mejora y establecer medidas correctivas efectivas para Repuestos Dos Coronados C.A.

En cuanto, a la entrevista no estructurada, estuvo orientada a recabar datos acerca de los tópicos vinculados, específicamente a la Gestión empresarial, direccionamiento estratégico tomando en consideración los siguientes indicadores: Planificación, Organización, Dirección y Control.

En este sentido, el autor Fred D (2003) sostiene:

La administración estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo, y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización.(p.5)

En pocas palabras, es el proceso mediante el cual una organización establece y logra sus objetivos a largo plazo, utilizando sus recursos de manera eficiente y aprovechando las oportunidades que ofrece su entorno empresarial.

La dirección estratégica es fundamental para el éxito y la supervivencia de una empresa en el entorno empresarial, el resultado de las técnicas aplicadas fue la base para todo el estudio situacional o de contexto de la investigación, así como el apoyo para tomar decisiones respecto a la definición de estrategias y plan de direccionamiento.

En este orden de ideas, el proceso Administrativo se presenta como un elemento esencial para el desarrollo de una empresa. Para Ramírez, C (2009) *“La administración es una actividad humana por medio de la cual las personas procuran obtener unos resultados. Esa actividad humana se desarrolla al ejecutar los procesos de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.”*(p.5)

De acuerdo a lo expuesto por el autor previamente citado, se puede inferir la administración es un proceso sistemático, organizado por procesos que permiten: planear, organizar, dirigir y controlar las actividades que desempeñan las organizaciones para optimizar los recursos disponibles para conseguir los objetivos de desarrollo particular orientado a lo global.

Al respecto, Koontz, Weihrich y Cannice (2012) expresan: *“Administrar es el proceso mediante el que se diseña y mantiene un ambiente para cumplir con eficiencia determinadas metas. Los gerentes realizan las funciones de planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar”* (p.33).

De la cita anterior, se puede inferir que los procesos administrativos son actividades esenciales en todos los niveles organizacionales; sin embargo, las habilidades gerenciales requeridas varían con el nivel organizacional. Actualmente, las empresas deben aprovechar las tendencias del siglo XXI, en tecnología de la información y globalización enfocada en la productividad, es decir, alcanzar una relación favorable entre producción e insumos en un periodo específico con la debida atención a la calidad para sus clientes y proveedores.

Sin embargo, a través de investigación preliminar el Autor del proyecto de investigación, observó ausencia de mecanismos administrativos y de

planificación estratégica, deficiencias en el proceso de venta y post venta a través de los canales utilizados para la comercialización de repuestos en la empresa Repuesto Dos Coronados, C.A los cuales pueden estar afectando la gestión empresarial de la empresa objeto de estudio.

Los autores Koontz, Weihrich y Cannice (2012), previamente citados afirman : *“Los procedimientos son planes que establecen un método de actuación necesario para soportar actividades futuras; son secuencias cronológicas de acciones requeridas, lineamientos para actuar más que para pensar que detallan la manera precisa en que deben realizarse ciertas actividades”* (Ibídem, p.112).

En síntesis, para mantener un ambiente para el desempeño efectivo y funcional de los individuos que trabajan en grupo, la tarea principal de un gerente es asegurarse de que todos comprendan tanto el proyecto a realizar como los objetivos del grupo y los métodos para alcanzarlos.

De allí, que las funciones gerenciales proporcionan una estructura útil para organizar el conocimiento administrativo, por tanto, al estudiar los procesos administrativos es necesario desglosarla en cinco funciones: (planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar).

A continuación, se presentan los aspectos encontrados que se detallan en el Diagrama de Ishikawa (Ver. Figura N°1):

Partiendo de los supuestos anteriores:

Planear es la base de todas las funciones gerenciales que consiste en seleccionar misiones y objetivos, y decidir sobre las acciones necesarias

para lograrlos; requiere tomar decisiones, es decir, elegir una acción entre varias alternativas, de manera que los planes proporcionen un enfoque racional para alcanzar los objetivos preseleccionados.

En la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A. se presentan:

1. Carencia de enfoque estratégico (misión, visión, valores, políticas, entre otros).
2. La empresa no ha establecido objetivos a corto, mediano y largo plazo que apoyen la gestión organizacional.
3. Demora en los envíos nacionales, la empresa no cuenta con delivery en la zona, los clientes deben pasar a retirar sus compras (Pick-Up).
4. Falta de capacitación en herramientas de marketing y publicidad para potenciar la empresa a distintos públicos objetivos.
5. Carecen de propuestas innovadoras en la estrategia de ventas.

En referencia a organizar, los empleados deben tener funciones que desempeñar, definidas y estructuradas ajustadas al plan de trabajo, supone que los empleados tienen un propósito u objetivo definido: saben de qué manera se ajusta su objetivo de trabajo al esfuerzo del grupo y tienen la autoridad, las herramientas y la información necesarias para realizar sus actividades.

Al ser una empresa familiar en Repuestos Dos Coronados C.A se observó:

1. Solapamiento de funciones entre los empleados de la empresa, se puede inferir que puede darse debido a que no se encuentran delimitadas las funciones de cada empleado.

2. Ausencia de manuales de normas y procedimientos donde se detallen las funciones y responsabilidades de cada cargo.
3. No existe la representación gráfica de la estructura de la empresa donde se ejemplifique la estructura organizacional.

En la fase administrativa de integrar el personal se requiere cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional. Esto se logra al identificar al personal idóneo para que las tareas puedan cumplirse con efectividad y eficiencia.

En referencia a esta fase en la empresa objeto de estudio se visualizó:

1. La empresa no dispone de planes de carrera para los empleados debido a que es una pequeña empresa en formación.
2. La empresa no cuenta con suficiente personal en el área de ventas para el buen desempeño de las actividades laborales.
3. Sueldos y bonificaciones por ventas acordes al mercado.
4. Las publicaciones en Instagram no se realizan de forma periódica pudiendo afectar las ventas online, debido a la falta de capacitación del personal en el manejo de redes sociales.

Koontz, Weihrich y Cannice (2012) autores previamente citados destacan:

Dirigir es influir en las personas para que contribuyan a la meta organizacional y de grupo; asimismo, tiene que ver sobre todo con el aspecto interpersonal de administrar. Todos los gerentes coinciden en que la mayoría de sus principales problemas surgen de las personas, sus deseos y actitudes, así como de su comportamiento individual y en grupo, y en que los gerentes efectivos también requieren ser líderes efectivos.(p.31)

Haciendo referencia a la cita, se puede argumentar, los gerentes son responsables de actuar de manera que permitan a los individuos contribuir de la mejor forma al logro de los objetivos de la empresa.

En la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, las actividades son supervisadas y autorizadas por la gerente general, evidenciándose:

1. Presencia de un liderazgo autoritario-autocrático.
2. Existe demora para la toma de decisiones y búsqueda de soluciones inmediatas.
3. La comunicación es descendente (unidireccional).

En cuanto al control, los autores previamente citados argumentan: *“es medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se conformen a los planes” (ídem.p.31)*

1. Ausencia de controles administrativos, las anotaciones de compra y venta de repuestos son llevadas manualmente en una libreta de anotaciones encontrándose inconsistencias en la gestión financiera de la empresa.
1. Se ordenan los documentos necesarios para las operaciones de las cuentas por pagar de la empresa para llevar control del costo de los bienes adquiridos por la inflación diaria producto de la devaluación monetaria.
2. El proceso de compras es manejado en la gerencia, revisan el stock de productos y luego realizan la solicitud al proveedor. Se observó que tienen una cartera reducida de proveedores.
3. La contabilidad es llevada por un contador público externo, se le envía los soportes de las facturas a final de mes.

4. Se pudo evidenciar ausencia de sistema administrativo contable para el manejo eficiente del control de las facturas, el cual es llevado manualmente en una tabla de Microsoft Excel.
5. La empresa cumple con las obligaciones fiscales.

A continuación se ejemplifica en la Figura N°1.

Figura N°1. Diagrama de Ishikawa Repuestos Dos Coronados C.A



Fuente: Autor (2024)

## **4.2 PLAN ESTRATÉGICO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE SU FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA OBJETO DE ESTUDIO**

La planeación estratégica es una parte fundamental de cualquier plan de crecimiento empresarial, resulta útil para las empresas porque les obliga a ser conscientes de su situación actual dentro del contexto de mercado que les rodea. Así, la organización es capaz de anticipar riesgos y prevenirlos antes de que influyan en su desempeño.

Para David, (2003) *“Las empresas que utilizan los conceptos de administración estratégica muestran una mejoría significativa en áreas como ventas, rentabilidad y productividad en comparación con las empresas que no cuentan con actividades sistemáticas de planeación”* (p.15)

En definitiva, la planificación anticipada guía la toma de decisiones y ayuda a transformar los esfuerzos de una empresa en resultados, ahorrando tiempo y recursos lo cual incide en una mayor rentabilidad y ventaja competitiva para la empresa.

Luego de haber realizado el diagnóstico de la situación actual, en Repuesto Dos Coronados C.A, se pudo constatar la inexistencia de la identidad organizacional en la empresa objeto de estudio.

Es por esto, que esta fase se denomina declaración de la identidad organizacional, se expondrá la visión, misión y los objetivos organizacionales usando los lineamientos planteados por Fred David. La idea es lograr una única dirección de trabajo que oriente a la mencionada empresa hacia el crecimiento y supervivencia de la misma ante los cambios del mercado.

## **Etapas I: Declaración de Identidad Organizacional**

De acuerdo a lo señalado por el autor previamente citado, se definió la Visión- Misión para la empresa Repuestos Dos Coronados C.A. Esta identidad organizacional se formuló siguiendo los componentes básicos postulados por David (2003) refiriéndose a la la visión de una organización como: *“Una declaración de visión debe responder esta pregunta fundamental: ¿En qué queremos convertirnos?”. Una visión clara sienta las bases para desarrollar una declaración de misión detallada.”* (p.45).

También, en su obra Misión y Visión-Emprendiendo con sentido y rumbo argumenta el Dr. Torán F (2012), *“No basta con una buena idea y un buen plan. Es necesario un sentido, así como un rumbo. También es preciso definir un plan estratégico que nos lleve siempre por un camino de constante mejora.”*(p.27)

En referencia a los autores citados se puede inferir que toda empresa debe crear un plan estratégico de negocios, creando visión, misión, valores, fijar objetivos y metas efectivos.

Para el autor previamente citado (2012) la visión: *“es el sueño alcanzable a largo plazo, el futuro aspirado por la empresa, un sueño que representa su máxima aspiración. Proporciona la motivación y el entusiasmo para mirar hacia el futuro de forma positiva y caminar en esa dirección”.* (p. 50).

Una empresa logra gran comprensión de su propósito cuando los estrategas, los gerentes y los empleados elaboran y comunican una visión

definida. La empresa Repuestos Dos Coronados C.A, no ha logrado llegar a este punto puesto que sus empleados desconocen en parte una declaración oficial de la visión de la organización.

Para definir la visión en la empresa se tomaron en consideración cada uno de los puntos de vista que expresaron los gerentes tanto administrativo y de ventas quienes son los socios fundadores para quedar formulada de la siguiente manera para cumplir con las preguntas claves planteado en la tabla N° 2.

**Tabla N°2 Formulación de la visión**

<b>¿Cuál es la imagen deseada?</b>	Convertirse en la principal referencia en el mercado ventas de repuestos y servicios.
<b>¿Qué seremos en el futuro?</b>	Ser reconocidos como una empresa con trayectoria, confiable en la importación y distribución de repuestos automotrices, permitiendo a nuestros valiosos clientes beneficiarse de la continua investigación y mejora de las marcas que representamos.
<b>¿Qué haremos en el futuro?</b>	Crecer y mejorar, gracias a nuestra política y filosofía de gestión.

Fuente: Autor (2024)

Una vez que se respondieron las interrogantes básicas de la elaboración de una visión se procedió a ubicarlas de manera de darle un sentido lógico a la definición requerida, obteniendo la siguiente:

### **Visión de la empresa Repuestos Dos Coronados C.A.**

Convertirse en la principal referencia en el mercado ventas de repuestos y servicios. Ser reconocidos como una empresa con trayectoria, confiable en la importación y distribución de repuestos automotrices, permitiendo a nuestros valiosos clientes beneficiarse de la continua investigación y mejora de las marcas que representamos. Crecer y mejorar, gracias a nuestra política y filosofía de gestión.

Las declaraciones de la visión y la misión bien diseñadas son esenciales en la formulación, implantación y evaluación de la estrategia. La filosofía en que se basan las declaraciones de misión actuales deriva, en gran medida, de lineamientos establecidos a mediados de la década de 1970 por Peter Drucker, a quien suele calificársele como “padre de la administración moderna”.

El autor, David (2003) se refiere a la misión: *“La misión de la organización es la base de sus prioridades, estrategias, planes y asignación de tareas. Es el punto de partida para el diseño del trabajo gerencial y, sobre todo, para el diseño de las estructuras gerenciales”*. (p.46)

Estos nueve componentes básicos (Ver tabla N°3), sirven como esquema práctico para evaluar y escribir las declaraciones de la misión. Las declaraciones de la visión y la misión ofrecen dirección a todas las actividades de planificación, ya que constituyen el primer paso en la dirección estratégica.

**Tabla N°3 Componentes de la declaración de misión**

1. <b>Clientes:</b> ¿Quiénes son los clientes de la empresa?
2. <b>Productos o servicios:</b> ¿Cuáles son los principales productos o servicios que ofrece la empresa?
3. <b>Mercados:</b> En términos geográficos, ¿en dónde compite la empresa?
4. <b>Tecnología:</b> ¿La empresa está al día desde el punto de vista tecnológico?
5. <b>Preocupación por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad:</b> ¿La empresa está comprometida con el crecimiento y la solidez financiera?
6. <b>Filosofía:</b> ¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y prioridades éticas básicos de la empresa.
7. <b>Autoconcepto:</b> ¿Cuál es la competencia distintiva o la ventaja competitiva más importante de la empresa?
8. <b>Preocupación por la imagen pública:</b> ¿La empresa responde a las preocupaciones sociales, comunitarias y ambientales?
9. <b>Preocupación por los empleados:</b> ¿Los empleados son un activo valioso para la empresa?

Fuente: David, 2003, p.51-52

La declaración de la misión, una declaración duradera sobre el propósito que distingue a una empresa de otra similar, es la declaración de la “razón de ser” de una empresa.

Es de resaltar que esta misión fue diseñada tomando en cuenta las ideas de los socios fundadores, adecuándola a los componentes que debe llevar una misión para establecer una filosofía organizacional acorde y formal que permita orientar sus labores y desempeñados para su mejor funcionamiento. El citado autor señala: *“la declaración de misión revela lo que una organización quiere ser y a quién quiere servir”* (p.45)

### **Misión de la empresa Repuestos Dos Coronados C.A**

En Repuestos Dos Coronados C.A, ofrecemos a todos nuestros clientes repuestos de calidad a precios competitivos con despachos a nivel nacional, gracias a la experiencia de nuestro personal de ventas, somos una empresa líder en la distribución de repuestos para las diferentes marcas de vehículos que hacen presencia en el parque automotor venezolano.

Contamos con un equipo humano calificado, multidisciplinario y comprometido con el desarrollo, siempre estamos en la búsqueda de satisfacer y apoyar al fortalecimiento social de nuestro País

La correcta declaración de misión debe describir no sólo el propósito de la organización, sino también quiénes son sus clientes, productos o servicios, mercados, filosofía y tecnología básica.

### **Valores**

En cuanto, a los valores de una empresa son los principios éticos que definen su identidad y guían sus decisiones, comportamientos y cultura. Además, sirven como un modelo de conducta para sus líderes y empleados, y como referente de identificación para el público objetivo.

En referencia a los valores son pieza clave para transmitir al equipo las expectativas éticas y profesionales que la empresa espera de ellos como individuos, y operarán como una forma de educación empresarial dentro de la misma.

A continuación, los valores que debería implementar la empresa en estudio.

- a) **Calidad:** Compromiso con la excelencia en la comercialización de repuestos en las marcas que distribuimos.
- b) **Satisfacción del Cliente:** Nuestra Prioridad es la satisfacción de los clientes, ofreciendo una gama de repuestos y accesorios para vehículos automotores y un servicio personalizado que supere sus expectativas.
- c) **Integridad:** Actuación ética y transparente en todas nuestras operaciones, basada en la honestidad, la confianza y el respeto hacia nuestros clientes, empleados y comunidades.
- d) **Trabajo en Equipo:** Buscamos fomentar un ambiente de colaboración y respeto entre todos los miembros del equipo, reconociendo la importancia de trabajar juntos para alcanzar los objetivos de la empresa.
- e) **Compromiso Social:** Contribución activa al bienestar de la sociedad a, través de prácticas socialmente responsables, apoyando iniciativas, la educación y el desarrollo sostenible.

### **Políticas.**

Las políticas de una empresa son la base de las operaciones y del cumplimiento legal, por lo que deben estar correctamente establecidas de acuerdo con la naturaleza de las actividades del negocio.

Con respecto, a las políticas organizacionales, constituyen principios, pautas a seguir, formas de pensar y de actuar que emanan de la dirección de la empresa.

Entre las políticas que puede implementar la empresa:

- a) Política de igualdad con el objetivo de promover y desarrollar la igualdad sustantiva entre hombres y mujeres.
- b) Política de salud y seguridad en el trabajo, creando y promoviendo una cultura organizacional con condiciones de trabajo adecuados, estableciendo lineamientos que garanticen un medio ambiente de trabajo saludable y seguro.
- c) Política sobre el uso de las redes sociales e Internet, la empresa reconoce que Internet ofrece oportunidades únicas para participar en discusiones interactivas y compartir información sobre temas específicos utilizando una amplia variedad de canales de redes sociales, sin embargo estas pueden representar un riesgo para la información confidencial, reputación por lo que ameritan ser manejadas por personal calificado en esa área.
- d) Política de sostenibilidad, requieren de una gestión empresarial sostenible, responsable, proactiva y comprometida con el desarrollo y el bienestar de la sociedad.

### **Estructura organizacional.**

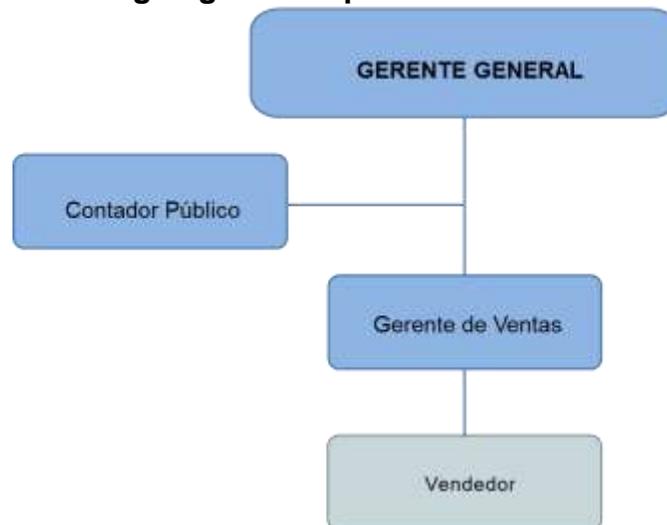
En cuanto a la estructura organizacional es una parte indispensable para cualquier empresa ya que en ella se visualiza la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades dentro de una organización en cuanto a las relaciones entre el gerente y los empleados.

*“Un organigrama es un esquema o representación gráfica de la estructura de una organización, que refleja los departamentos con su respectivo responsable a cargo y cómo se relaciona cada área entre sí.”*

(Disponible en: <https://concepto.de/organigrama/#ixzz8ahLvEikO> [Consulta 15/05/2024.]).

En el caso particular de la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, se propuso la estructura organizacional que se muestra a continuación en la Figura N°2:

**Figura N°2. Organigrama Repuestos Dos Coronados C.A**



Fuente: Autor (2024)

Repuestos Dos Coronados C.A, cuenta con (1) un Gerente General, (1) Contador Público, (1) Gerente de ventas, quien a su cargo tiene (1) vendedor.

Por tanto, la estructura organizativa establece, un marco general donde se establecen las funciones que cumple una empresa, constituyéndose como la base para fijar procedimientos y rutinas en el trabajo diario.

La estructura organizativa más común divide a una empresa en funciones generales bien delimitadas unas de otras. En el organigrama propuesto en la Figura N° 2, se visualizan dos niveles el primero de ellos nivel estratégico táctico; formado principalmente por el gerente general y el contador público. Ambos, desarrollan trabajos en conjunto para facilitar la toma de decisiones, ya que el gerente general es quién proporciona los datos e informaciones financieras al contador público externo. En el segundo nivel jerárquico operacional se encuentra el gerente de ventas, quien es el encargado de llevar a cabo las operaciones de ventas de la empresa.

La ventaja de esta estructura fácilmente escalable reside en que los empleados se especializan en su ámbito de actividad, trabajando con mayor eficiencia. De esta forma, toda la empresa estará estructurada para buscar la consecución de los objetivos, respetando los lineamientos rectores y construyendo la cultura e identidad del negocio.

Es importante definir las funciones en la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, porque permite asignar responsabilidades. En la Tabla N° 5 se describen las funciones de los cargos de la empresa en estudio.

Por otro lado, los cargos en una empresa son el conjunto de tareas y funciones que cada persona tiene asignadas. Asimismo, destacar la necesidad de implementar un departamento de Marketing y Publicidad responsable del desarrollo y ejecución de estrategias de marketing efectivas para impulsar el crecimiento del negocio y aumentar la visibilidad de la empresa en el mercado.

A continuación, se describen las unidades administrativas que maneja actualmente Repuestos Dos Coronados C.A:

**Tabla N°4 Funciones de las Unidades de la empresa**

Unidad	Cantidad de personas	Funciones
<b>Gerente General</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene la responsabilidad de liderar y gestionar todas las actividades relacionadas con la empresa.</li> <li>• Será el encargado de dirigir un equipo multidisciplinario, que incluye áreas como: ventas, marketing y recursos humanos, para lograr los objetivos estratégicos y operativos de la empresa.</li> <li>• Se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las operaciones diarias, asegurando el cumplimiento de los objetivos, gestionando el personal y brindando liderazgo al equipo.</li> </ul>
<b>Gerente de Ventas</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de liderar y supervisar todas las actividades relacionadas con el departamento de ventas.</li> <li>• Su objetivo principal será impulsar el crecimiento de las ventas, aumentando la cuota de mercado y asegurando la satisfacción de los clientes.</li> <li>• Crear las promociones del producto y darlas a conocer.</li> </ul>
<b>Vendedor</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsables de atender a los clientes, tomar pedidos, aconsejar sobre los productos de la empresa y gestionar las transacciones.</li> <li>• Es responsable de ofrecer un servicio de calidad al cliente, mantener una buena imagen de la empresa y promover las ventas.</li> <li>• Captación y Retención de clientes existentes.</li> <li>• Gestión en la resolución de reclamos.</li> </ul>
<b>Contador Público</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de analizar e interpretar la información contable de la empresa, mantener el orden fiscal de la misma para evitar multas y sanciones.</li> <li>• Aportará al gerente los mecanismos e instrumentos que faciliten la toma de decisiones.</li> </ul>

Fuente: Autor (2024)

#### **4.3 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC'S), QUE PUEDEN APLICARSE EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA REPUESTOS DOS CORONADOS, C.A**

Las nuevas tecnologías tienen un papel crucial en las campañas de marketing modernas, permitiendo a las empresas conectar de manera más efectiva con su público objetivo. El internet y las Tics ofrecen poderosas herramientas para desarrollar estrategias de marketing empresarial.

Actualmente, las redes sociales, son plataformas digitales donde las personas interactúan entre ellas, debido al auge de dichas redes como en este caso: Facebook, X Twitter, Instagram, entre otras. La forma de comunicarse de las personas y las empresas, ha cambiado gracias al Internet, por esta razón ha incrementado el interés de las empresas por explorarlas como una herramienta de marketing, ya que facilitan la interacción con sus clientes, siendo de bajo costo y en la actualidad su popularidad es alta.

En el caso particular, de la empresa objeto de estudio, no poseen página Web corporativa, la comercialización de sus productos lo hacen con publicaciones que realizan en la red social Instagram con el Ig de la empresa y en estados de WhatsApp, del gerente general y el gerente de ventas respectivamente. La información publicada es generalmente de los repuestos para Camiones Mitsubishi, Iveco, Ford, Mercedes Benz. Se pudo observar que, no poseen una cuenta empresarial (Instagram Business), ésta es una herramienta, enfocada a los perfiles profesionales, que responde a las necesidades que estos presentan y ofrece servicios tales como perfiles de negocio, insights o métricas de las publicaciones.

Mediante entrevista no estructurada, con la Gerente General Licenciada Maylin Coronado, destaco que las publicaciones son realizadas por ella, también manifestó el desconocimiento de las bondades de las plataformas de redes sociales y tecnologías de información que pueden utilizar para lograr llegar a más visualizaciones del contenido que publican.

En este sentido, la tecnología digital aplicada al marketing empresarial se enfoca en mejorar los procesos, en estos nuevos escenarios que giran en: la satisfacción del cliente, conocer y llegar al público objetivo, dar respuesta de la forma más eficaz posible a las demandas del consumidor o crear una relación de confianza y fidelización.

Razón por la cual, es imprescindible utilizar tecnologías digitales en marketing que permitan potenciar y visibilizar a la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, no sacar partido de las ventajas que ofrecen los avances tecnológicos puede implicar quedarse atrás y ser superado por la competencia.

Gracias, a los avances tecnológicos, las empresas ahora pueden utilizar el análisis de datos para identificar y comprender el comportamiento, las preferencias y los intereses de su público

En la tabla N° 5, se presenta las Tecnologías de Información y Comunicación (Tics), que puede ser aplicadas en la empresa objeto de estudio.

**Tabla Nº5 Tecnologías de Información y Comunicación (Tics)**

<b>Tics que puede aplicar Repuestos Dos Coronados C.A</b>			
<b>Inteligencia artificial</b>	<p>Se centra en el desarrollo de herramientas capaces de desempeñar, con un margen mínimo de error, tareas que realizan los seres humanos</p>	<p>Instalar un chatbot dentro de la estrategia de inbound marketing</p> <p>La metodología inbound es una estrategia de marketing digital que apunta al crecimiento de la empresa a través de relaciones significativas y duraderas con consumidores, prospectos y clientes, sin ser intrusivos, por lo que suele decir que es una forma de marketing orgánico o pasivo.</p>	
<b>Instagram for Business</b>	<p>Promoción de marca: es posible crear publicidad de manera directa en Instagram, a través de la promoción de una publicación. Esta herramienta permite seleccionar el público objetivo al que se quiere dirigir, mostrando el anuncio únicamente a un tipo concreto de perfiles. Además, se puede limitar el presupuesto y la duración de la campaña.</p>	<p>Instagram Shopping: ofrece la posibilidad de mostrar un catálogo de productos como si de una publicación tradicional se tratase, pero ofreciendo información acerca de los artículos y poniendo a disposición directa el enlace para realizar la compra en la web del anunciante.</p>	<p>Crear</p> <p>La estrategia para el Instagram profesional. Para ello, es necesario definir el público objetivo, establecer los objetivos comerciales, crear un calendario de contenidos y estudiar los insights para optimizar las publicaciones.</p>

Tabla N°5 (Continuación)

<b>Marketing por correo electrónico</b>	Es una herramienta para comunicarse digitalmente con leads y clientes a través del envío masivo de correos electrónicos a una base de contactos	Permite construir una relación con el público mientras atraes tráfico a las redes sociales de la empresa, Se puede incluso segmentar los correos electrónicos y dirigirte a los usuarios por demografía, para que solo los envíes a la gente que más interés tiene en verlos.
<b>Página Web</b>	A través de una página web atractiva se puede presentar los productos o servicios que se ofrecen de forma clara, directa y visual, además los clientes podrán conocer un poco más sobre la empresa, consiguiendo establecer el primer paso de una posible relación comercial.	
<b>Video marketing o videos online:</b>	Es una estrategia clave cuando se pretende dar a conocer un negocio, consiguiendo ser visuales y virales a través de internet. Los vídeos consiguen alcanzar mayor grado de retención en el público ya que es capaz de despertar emociones, porque nuestro cerebro está acostumbrado a recibir información visual.	
<b>Landing Page (página de aterrizaje)</b>	Es una página dentro de un sitio web, desarrollada con el único objetivo de convertir los visitantes en Leads o prospectos de ventas por medio de una oferta determinada. Estas páginas de aterrizaje permiten crear, vender, captar, aumentar la audiencia. Su principal propósito, que no es otro que el de convencer a un usuario de comprar un producto, registrar sus datos en un formulario o suscribirse a un servicio	

Autor (2024)

El tener presencia en medios digitales ayudará a que tanto los clientes actuales, como clientes potenciales conozcan mejor y la empresa sea su primera opción al momento de estar buscando un lugar donde adquirir un producto o servicio. En la Figura N° 3, se puede observar una publicación que no se realiza desde una cuenta empresarial, carece de especificaciones del producto, hashtags entre otros.

**Figura N°3. Publicación en Instagram Disco de embrague Mitsubishi**



Fuente: Ig Repuestos Dos Coronados. C.A (Consulta 21/05/2024).

En referencia, a la publicación (Ver Figura N° 3), cuando una persona está buscando información sobre un producto en Google o cuando hace filtrados de publicaciones en Instagram por hashtags, lo que está haciendo el consumidor es buscar opciones que resuelvan una necesidad de compra. En el caso de las publicaciones posteadas por la empresa en estudio, no permiten la visualización de los repuestos que ofrecen por desconocer el manejo de la herramienta. Para lograr ventajas competitivas, las empresas deben invertir esfuerzo y recursos en identificar aquellas cosas que les

interesan a los consumidores, ya que solo de este modo pueden generar contenidos relevantes para ellos.

Por tal razón, las empresas utilizan las Tics, como una herramienta para tener mayor presencia en el mercado y aumentar sus ventas. En el caso de la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, la implementación de sistemas de información y comunicación le permitirá a la empresa procesar, almacenar y distribuir información, recolección, ordenamiento y agrupación de los datos y posteriormente facilitara el análisis de estos.

En conclusión, la empresa obtendrá:

1. Comunicación con el consumidor: Comunicar al consumidor el producto o servicio que ofrecemos.
2. Evaluar las ventajas competitivas: Aprovechar las ventajas competitivas respecto a la competencia fundamental en la toma de decisiones.
3. Aumentar los contactos: Interactuar en tiempo real con los clientes o dar a conocer las novedades de los productos que ofrece la empresa.
4. Adaptar las estrategias de ventas: Ofertar los productos en un espacio virtual. Ofreciendo al cliente la posibilidad de comprar sin tener que salir de casa.

#### **4.4 MODELO DE NEGOCIOS PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA REPUESTOS DOS CORONADOS, C.A BAJO LA METODOLOGÍA CANVAS**

Hoy en día, el modelo CANVAS, es una herramienta que empresas y emprendedores tienen al alcance para el desarrollo y mejoramiento de su

propio negocio, ayudando a prevenir posibles errores iniciales y a futuro que pudieran ser un peligro u obstáculo para su desarrollo y progreso.

Por lo tanto, es recomendable que el modelo CANVAS sea utilizado por aquellas pequeñas o medianas empresas que busquen una solución a todas aquellas interrogantes que surgen antes y durante la puesta en marcha de un negocio.

Actualmente, su aplicación supone un hito en la planificación de negocios y ha servido a diversas pequeñas, medianas y grandes empresas a identificar problemáticas, encontrar una estrategia competitiva y visualizar de una manera sencilla el amplio proceso que conlleva mantener y poner en marcha un negocio, permitiendo tener una comprensión detallada sobre aspectos de los productos, servicios, clientes, distribución entre otros.

Con la implementación del modelo CANVAS se cree que este ayudará ya sea en corto o largo plazo, a la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, a mejorar y posicionarse en el mercado con el interés de seguir creciendo.

La ausencia de un plan y de una estrategia es uno de los principales factores por los que fracasan los negocios. Por ello es importante saber cómo hacer el modelo Canvas o el Business Model Canvas, la cual es una herramienta que permite crear de manera gráfica y sencilla un modelo de negocio basado en nueve módulos básicos.

Mediante la aplicación de las técnicas de recolección de información: Observación directa y participativa, entrevista no estructurada, revisión

bibliográfica, se pudo elaborar el Modelo de negocios para la Empresa Dos Coronados (Ver Figura N°4)

A continuación, se presenta los elementos que forman el modelo de negocios de la empresa en estudio:

**1. Asociaciones claves:** Las asociaciones claves para una empresa son todas aquellas organizaciones o instituciones que contribuyen en cierto modo a que ésta pueda ofrecer su propuesta de valor en el mercado. Para la empresa objeto de estudio se recomienda:

- Proveedores
- Clientes
- Personal especializado en mecánica de camiones
- Alianzas comerciales

**2. Actividades claves:** Esta es una de las piezas más complicadas dentro de un modelo de negocio porque ella depende que tenga claro y que así se transmita al mercado qué somos, y qué queremos ser. Describe las actividades más importantes que debe realizar la empresa para que su modelo de negocio funcione.

Las actividades clave de la empresa Repuestos Dos Coronados C. A se especifican a continuación:

- Ventas
- Asesorías al cliente personalizadas
- Recepción de pedidos y cotizaciones en línea y en persona

- Empaquetado y entrega de repuestos y partes
- Manejo de página Web
- Gestión de Redes sociales.

**3. Recursos Claves:** Se analiza cómo va a hacer la empresa para llevar a cabo su propuesta de valor y con qué medios necesita contar para conseguirlo. Es por ello que debe tener en consideración diferentes tipos de recursos como: humanos, tecnológicos, físicos (locales, vehículos, puntos de venta), entre otros.

En cuanto, a la empresa Dos Coronados, C.A, necesitará contar con los siguientes recursos claves:

- Personal altamente capacitado en repuestos y partes de camiones
- Repuestos de alta calidad
- Infraestructura(Espacio físico adecuado)
- Tecnología( Computadora, teléfonos, impresoras, sistema de respaldo de energía (Ups), Internet satelital o fibra óptica)
- Conocimiento en el área de marketing digital

**4. Propuesta de valor:** La propuesta de valor es aquello que una empresa hace mejor que la competencia y que supone una ventaja o beneficio diferencial para el cliente cuando se trata de suplir una necesidad o resolver un problema.

Estos son algunos de los elementos que pueden ser de valor para los clientes: Utilidad, mejora de los productos o servicios ofreciendo mayor

comodidad, usabilidad, accesibilidad, innovación, personalización de la oferta de productos y servicios, reducción de los costos, precios, tiempo de entrega.

La propuesta de valor de Repuestos Dos Coronados, C.A proporciona:

- Servicios y asesorías al cliente pre y pos-servicio de venta, brindando asesoramiento y apoyo en todo momento
- Rapidez y puntualidad en la entrega del producto para pedidos en línea
- Precios competitivos gracias a la capacidad de negociación con proveedores

Con estos valores a seguir se obtiene, una mejora en el número de atención y satisfacción de clientes para la empresa objeto de estudio.

**5. Relación clientes:** Se define el tipo de relación que la empresa quiere establecer con uno de sus segmentos de clientes. En el caso de la empresa Repuestos Dos Coronados C.A, implementará la relación tanto presencial, como virtual, con la intención de captar clientes, mantenerlos y estimularlos, para que confíen en los servicios prestados y mantengan constante la relación con la misma.

La relación con los clientes es indispensable, por lo que no se debe dejar de lado, pues esta se consideró como uno de los bloques importantes dentro del modelo, conteniendo diferentes aspectos que sirven de ayuda para construir unas relaciones sólidas y de confianza con los clientes; dentro de estas, se tomaron en cuenta:

- Atención personalizada y asesoramiento en todo momento
- Comunicación constante durante el proceso de ventas
- Fidelización de clientes a través de descuentos y promociones especiales

Dichas tácticas pueden variar desde nivel personal hasta de forma automatizada e incluso contemplar la creación de comunidades de usuarios y medios de sitios Web.

**5. Canales de distribución:** Hace referencia a la forma en la que una empresa contacta y mantiene comunicaciones con sus clientes. En conclusión, se describe cómo comunicar y llegar al segmento de clientes para entregarles la propuesta de valor.

Con el bloque de los canales de distribución se reflejan las maneras de cómo se planea dar un mayor alcance del servicio a ofrecer, por lo que el analizar dicho modo es esencial e incluyendo una descripción sobre algún medio publicitario o promoción que se pretenda utilizar para comunicar a sus clientes.

La empresa Repuestos Dos Coronados, C.A utilizará los siguientes canales:

- Publicidad en redes sociales
- Volantes o anuncios
- Página Web con redirección al WhatsApp Business para acceder al catálogo de servicios y opciones de cotización en línea
- Aplicaciones móviles App

- Participación en ferias y eventos locales.
- Medios impresos y audiovisuales.
- Sms ( Email Marketing)

**7. Segmento del cliente:** El objetivo es definir para quiénes se crea valor, es decir, definir quiénes son los clientes más importantes, cuyas necesidades se van a satisfacer mediante los productos o servicios que representan nuestra propuesta de valor.

Para la empresa objeto de estudio los clientes serán:

- Empresas petroleras locales y nacionales
- Talleres mecánicos y clientes en general tanto locales como nacionales.
- Otros negocios locales que necesitan repuestos y partes para camiones

**8. Fuentes de ingreso:** Toda empresa tiene como objetivo final generar ingresos que le permitan subsistir en el tiempo y generar utilidad para sus dueños o accionistas. En este apartado se analiza cuál es la forma que la empresa genera sus ingresos (efectivo, créditos, débitos, cheques, transferencias, otros).

La empresa Repuestos Dos Coronados C.A, objeto de estudio debe sus ingresos a la venta de repuestos y partes para camiones Mitsubishi, Iveco, Ford, Mercedes Benz, entre otros y así mismo la venta online. En la cobranza se utilizan medios electrónicos, transferencias bancarias de bancos nacionales e internacionales, efectivo en la moneda oficial de Venezuela, así como también en moneda extranjera (Dólares y Euros) a tasa del Banco Central de Venezuela del día, Binance (para transferencia por

Criptomonedas) y Zelle (para transferencias digitales en Dólares americanos).

Con las fuentes de ingreso se planea con un control de análisis estructurado y un seguimiento sobre cómo será la monetización por el pago del servicio, incluyendo el valor que se ofrece a los clientes, además de realizar el proceso de pago de servicios, préstamos, honorarios, publicidad, etc. Cada fuente de ingreso puede contar con diferentes formas de establecerlo, según sea el tipo de mercado, dificultad o rentabilidad.

**9. Estructura de costos:** Según el modelo Canvas la estructura de costos consiste en especificar todos los costos en los que incurrirá la empresa para hacer funcionar su modelo de negocio. Este es el último paso a completar porque proviene de los bloques anteriores: actividades claves, socios claves y recursos claves. Es importante, definir la causa del costo y si son fijos o variables, para optimizar y lograr un modelo más eficiente.

La estructura de costos se basa en los recursos monetarios generados por la empresa por lo que se requiere una descripción a detalle de los ingresos y egresos, estados de resultados y el balance general.

- Costos de personal y salarios.
- Pago de servicios
- Pago de Impuestos nacionales y municipales
- Costos de publicidad y promoción
- Gastos materiales de oficina

Con lo mencionado se espera obtener resultados positivos con respecto al trabajo de investigación y a la propuesta de mejora para la empresa con el uso del modelo de negocios. Ver Figura N°4 anexa

Figura N°4. Modelo Canvas Repuestos Dos Coronados C.A



Fuente: Autor (2024)

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Una vez desarrollados los objetivos planteados en la investigación, se plasman las siguientes conclusiones y recomendaciones:

#### **3.1 CONCLUSIONES**

1. En cuanto a la situación actual de la empresa Repuesto Dos Coronados C.A, es una empresa familiar que presta sus servicios bajo la modalidad Home Office, se pudo evidenciar a través de las técnicas aplicadas carencia de procedimientos administrativos, inconsistencia en la gestión financiera, demora en los tiempos de entrega de pedidos, por otro lado, existe desconocimiento de las herramientas de marketing y publicidad, adolecen de propuestas innovadoras en la estrategia de ventas. También, se observó carencia de enfoque estratégico empresarial, las funciones de los cargos no están descritas por la ausencia de manuales de norma y procedimientos, lo cual afecta el solapamiento de funciones en la empresa objeto de estudio.
2. Al momento de realizar el estudio la empresa no manejaba el enfoque estratégico, carecían de visión, misión, valores, políticas, estructura organizativa, funciones. Sin embargo, la empresa reconoce la necesidad de mejorar sus procesos por tal motivo en el presente trabajo han sido desarrolladas atendiendo a las necesidades manifestadas por la empresa y tomando en cuenta el criterio de la gerencia y los empleados.
3. En cuanto a las tecnologías de información y comunicación (Tics) manejadas por la empresa objeto de estudio, se observó el poco uso

de dichas tecnologías, a pesar de contar con equipos informáticos y acceso a Internet, no cuentan con página Web, sólo utilizan Instagram para las publicaciones de los repuestos, sin sacarle provecho a las bondades que presenta la herramienta esto debido al desconocimiento en el manejo de aplicaciones.

4. La empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, con la aplicación del modelo Canvas le permitirá visualizar las diferentes áreas de valor de la entidad y cómo deben relacionarse unas con otras para el logro de los objetivos deseados. Entre las que destacan: socios claves, actividades claves, propuestas de valor, estructura de costos, canales de distribución, fuentes de ingreso. El modelo Canvas, propuesto detalla las áreas medulares permitiendo obtener una perspectiva global del negocio que coadyuva con la toma de decisiones gerenciales.

### **3.2 RECOMENDACIONES**

En virtud del resultado de la presenta investigación, se le sugiere a la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A.

1. Implementar un manual de procedimientos para el control sus procesos administrativos y operativos, así como también la instalación de un sistema administrativo contable. También, se recomienda mejorar los tiempos de entrega de los pedidos, evitar el solapamiento de funciones, fomentar un estilo de liderazgo participativo que permitan mayor comunicación y mejore el proceso de toma de decisiones.
2. Repuesto Dos Coronados C.A, debe comunicar a sus empleados el diseño de la filosofía organizacional ya que de esta forma se generará el compromiso y motivación que permitan la adecuada ejecución de sus procesos medulares. Así como también, a corto plazo la empresa debe

mejorar las estrategias de marketing y publicidad lo cual incidirá favorablemente en el incremento de las ventas.

3. Se recomienda la utilización de nuevas estrategias innovadoras, que permitan llegar al reconocimiento de la empresa, adentrarse al mundo del Marketing Digital, permitiéndole llegar a nuevos consumidores y lograr los objetivos deseados, lo cual conllevará al mejoramiento de su gestión empresarial. Por lo tanto, la empresa debe adoptar tecnologías digitales para llegar a más público objetivo, como la Inteligencia Artificial, creación de página Web y aplicaciones móviles para la venta online, manejo de la herramienta Instagram Bussines entre otros.
4. Tomar en cuenta las áreas definidas en el Modelo Canvas, así mismo, se debe realizar la revisión mensual a la estructura de costos, por si es necesario realizar ajustes que permitan seguir encaminados en el logro de los objetivos deseados en materia administrativa y financiera.

## BIBLIOGRAFÍA

### AUTORES

- ARIAS, F. (2016). ***El proyecto de investigación***. (7<sup>a</sup> ed.). Caracas-República Bolivariana de Venezuela: Editorial Epísteme.
- BALESTRINI, M. (2007). ***Como se elabora el proyecto de investigación***. (7<sup>a</sup> ed.). Caracas, República Bolivariana de Venezuela: BL Consultores Asociados.
- CANO, C. (2017). ***La administración y el proceso administrativo***. (1<sup>a</sup> ed.). Bogotá-Colombia: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
- CHIAVENATO, I. (2007). ***Introducción a la teoría general de la administración***. (7<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill Ínter American A Editores, S.A. de C.V.
- CHIAVENATO, I. (2000). ***Administración de recursos humanos***. (5<sup>a</sup> ed.). Santafé de Bogotá-Colombia: McGraw-Hill.
- DAVID, F. (2003). ***Conceptos de Administración Estratégica***. (14<sup>a</sup>.ed.). Pearson Educación. México
- HERNÁNDEZ, R, FERNÁNDEZ, C. Y BAPTISTA, P. (2017). ***Metodología de la Investigación***. (6<sup>a</sup> ed.). México, D.F: Editorial McGraw- Hill Interamericana.
- KOONTZ, H., WEIHRICH, H., & CANNICE, M. (2012). ***Administración. Una perspectiva global y empresarial. 14a edición*** . México D.F: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- LAUDON, K Y LAUDON, J. (2008) ***Sistemas de Información Gerencial***. Organización y tecnología de la empresa conectada en red. (10<sup>a</sup>. ed.) México: Edición. Pearson Educación.

- MÉNDEZ, C. (2020). **Metodología De La Investigación Diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales.** Alpha Editorial/ Alfaomega. Bogotá-Colombia
- MUÑOZ, C. (2002). **Auditoria en sistemas computacionales.** México: PEARSON Educación.
- RAMÍREZ, C. (2009). **Fundamentos de administración.** (3a. ed.). Bogotá-Colombia: Ecoe Ediciones.
- STONER, J., FREEMAN, E., Y GILBERT, D. (1996). **Administración.** 6<sup>ta</sup> Edición. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- TAMAYO, M. (2009). **El proceso de la investigación científica.** (5<sup>a</sup>. ed.). México: Limusa.
- THOMPSON, ARTHUR Y STRICKLAND. (2004). **Administración Estratégica.** Decimotercera Edición. Mc Graw. México, D.F.
- TORÁN, F. (2012). **Misión y visión Emprendiendo con sentido y rumbo.** (1.er. ed.). Málaga – España: Ediciones Corona Borealis
- UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA EXPERIMENTAL LIBERTADOR, Instituto Pedagógico de Caracas, Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. (2016). **Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales.** . (5a ed.). Caracas, Venezuela: Fedupel

## FUENTES ELECTRÓNICAS EN LÍNEA.

Características de la planeación estratégica [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2023 en: [https://www.questionpro.com/blog/es/planificacion-estrategica/#Caracteristicas\\_de\\_la\\_planeacion\\_estrategica](https://www.questionpro.com/blog/es/planificacion-estrategica/#Caracteristicas_de_la_planeacion_estrategica)

Diagrama de Ishikawa. [Página Web en línea]. Consultado el 28 de noviembre de 2023 en: <https://blogdelacalidad.com/diagrama-de-ishikawa/>

Home office: qué es, cómo hacer y buenas prácticas para rendir desde tu casa. [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2023 en: <https://www.rdstation.com/blog/es/home-office/>.

Home Office: 10 consejos para implementarlo y ser productivo [Página Web en línea]. Consultado el 17 de noviembre de 2023 en: <https://www.sesametime.com/assets/home-office-consejos-para-implementarlo-y-ser-productivo/>

Modelo Canvas. [Página Web en línea]. Consultado el 28 de noviembre de 2023 en: <https://economipedia.com/definiciones/modelocanvas.html>

Organigrama. [Página Web en línea]. Consultado el 15 de mayo de 2024 en: <https://concepto.de/organigrama/#ixzz8ahNwinDp>

Qué es un buyer persona, tipos y cómo hacer uno. [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2023 en: <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>

Qué es una plataforma digital, qué tipos existen y ejemplos. [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2023 en: <https://blog.hubspot.es/website/que-es-plataforma-digital>

¿Qué es el modelo de negocios Canvas y para qué sirve? [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2023 en: <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/design-management/que-es-el-modelo-de-negocios-canvas-y-para-que-sirve>

¿Qué es y para qué sirve el Modelo Canvas? [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2023 en: <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>

Qué es home office, definición. [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2023 en: <https://factorialhr.es/blog/home-office/>

¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia [Página Web en línea]. Consultado el 05 de mayo de 2024 en: [https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/#google\\_vignette](https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/#google_vignette)

SAP Concur Team (2022) Etapas de un proceso de planificación estratégica [Página Web en línea]. Consultado el 15 de noviembre de 2024 en <https://www.concur.com.mx/blog/article/planeacion-estrategica-mx>

## **TESIS, FUENTES ELECTRÓNICAS, ARTÍCULOS DE REVISTAS**

DELGADO LITARDO, B. I., BRAVO ROSS, W. A., Y PINZÓN BARRIGA, L. E. (2022). ***La planificación estratégica como herramienta clave para el desarrollo de las microempresas.*** [Documento en línea]. Revista Publicando, 9(34), 96-107. Consultado el 18 de noviembre de 2023 en: <https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2323>

BROITMAN, P (2019). ***La importancia del Modelo Canvas para innovar en los negocios.*** Pontificia Universidad Católica de Chile. [Documento en línea]. Consultado el 05 de mayo de 2024 en: <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/>

FARFAN, R. (2021). ***Aplicación del modelo Canvas para mejorar la rentabilidad en la empresa 2G Servicios Generales AQP S.A.C. Arequipa.*** [Documento en línea]. Universidad César Vallejo. Lima Perú Consultado el 20 de noviembre de 2023 en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71107>

GARCIA, E. (2023). ***Plan De direccionamiento estratégico para la empresa Bodegón Casemaca 2014 F.P.*** Trabajo de Grado, modalidad Tesis de Grado, Licenciatura en Administración, Universidad de Oriente – Núcleo de Monagas.

LAINES ALAMINA, C. I., HERNÁNDEZ GARCÍA, A. P, Y ZAMAYOA URBINA, D. A. (2021). ***La importancia de las habilidades blandas en el Home office y su impacto en la productividad de una empresa.*** [Documento en línea]. Vinculatégica EFAN, 7(1), 929–944. Consultado el 18 de noviembre de 2023 en: <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-176>

OCHOA, XAVIER Y CORDERO, SAMUEL. (2002). ***Las nuevas tecnologías de información y comunicación.*** [Documento en línea]. Consultado el 18 de noviembre de 2023 Disponible en: <http://www.ruv.itesm.mx/especiales/citela/documentos/material/modulos/modulos2.htm>.

RODRÍGUEZ GARCÍA, O. (2020). ***Home Office en la nueva normalidad: Retos y futuro del Home Office.*** [Documento en línea].Revista Latinoamericana De Investigación Social, 3(3), 94-99. Consultado el 18 de noviembre de 2023 en <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais/article/view/2834>

VELIZ B. (2020). ***Estudio de las Tecnologías de Información y Comunicación (Tics), como estrategia para facilitar la consolidación de la Información Contable en la Empresa Pc Print, C.A, Maturín - Estado Monagas.*** Trabajo de Grado, modalidad Tesis de Grado, Licenciatura en Contaduría Pública, Universidad de Oriente – Núcleo de Monagas.

## LEYES

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 36.860, diciembre 30 ,1999.

DECRETO N° 825. (2000).Decreto Mediante el cual se Declara el Acceso y el Uso de Internet como Política Prioritaria para el Desarrollo Cultural, Económico, Social y Político de la República Bolivariana de Venezuela. Mayo 10, 2000.

DECRETO N° 4.160. (2020). Mediante el cual se decreta el Estado de Alarma en todo el Territorio Nacional. Marzo 13, 2020.

LEY DE EJERCICIO DE LA PROFESIÓN DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN. (1982). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 3.004, agosto 26, 1982.

LEY ESPECIAL CONTRA LOS DELITOS INFORMÁTICOS. (2001). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 37.313, octubre 30, 2001.

LEY ORGÁNICA DE TELECOMUNICACIONES. (2000) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N°. 36.920, de marzo 28, 2000.

## HOJAS METADATOS

### Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 1/6

<b>Título</b>	<b>Modelo de negocios bajo la metodología CANVAS como herramienta de gestión en la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A</b>
---------------	---

Autor(es)

<b>Apellidos y Nombres</b>	<b>Código CVLAC / e-mail</b>	
<b>Coronado Barreto, Williams</b>	<b>ORCID</b>	C.I. V- 18.173.873
<b>Jesús</b>	<b>e-mail</b>	cr0un3d88@gmail.com

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres de un autor. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor esta registrado en el sistema ORCID (Open Researcher and Contributor ID) se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el numero de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores.

Palabras o frases claves:

Modelo De Negocios
Metodología Canvas
Home Office
Herramienta De Gestión

El representante de la subcomisión de tesis solicitará a los miembros del jurado la lista de las palabras claves. Deben indicarse por lo menos cuatro (4) palabras clave.

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 2/6

### Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Sub-área
Ciencias Sociales y Administrativas	Administración

Debe indicarse por lo menos una línea o área de investigación y por cada área por lo menos un subárea. El representante de la subcomisión solicitará esta información a los miembros del jurado.

### RESUMEN (Abstract):

La referida investigación estuvo dirigida a diseñar un modelo de negocios como herramienta de gestión para el funcionamiento de la empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, a través de la metodología Canvas, que permita mostrar una serie de estrategias para la implementación a mediano y largo plazo que conlleven a mejorar el desempeño empresarial a niveles de competitividad. Cabe destacar, como muchas empresas Venezolanas por la pandemia Covid-19, debieron adaptar su forma de trabajo llevar la oficina a casa "Home office". Este proyecto fue desarrollado a través de un tipo de investigación de campo con apoyo documental, con nivel descriptivo, en esta investigación la población estuvo sustentada por toda aquella información digital y física que se pueda revisar y estudiar para el diseño del plan estratégico. La empresa Repuestos Dos Coronados, C.A, cuenta con (4) cuatro empleados para realizar los procesos administrativos y contables. De igual manera, se aplicaron técnicas de recolección de datos entre las que destacan: Observación directa, entrevista no estructurada y revisión documental. Una vez obtenida la información fue reflejada, analizada e interpretada, a través del diagrama de causa y efecto de Ishikawa, el cual permitió detectar algunas irregularidades en los procesos administrativos en la empresa objeto de estudio. Donde se pudo concluir, que Repuestos Dos Coronados, C.A, al momento de la investigación carecían de un enfoque estratégico (Misión, visión entre otros), manuales de procedimientos que establezcan lineamientos para llevar un control adecuado de sus funciones administrativas, demora en los tiempos de entrega de pedidos, por otro lado, existía desconocimiento de las herramientas de Marketing y Publicidad, adolecían de propuestas innovadoras en la estrategia de ventas. Se observó carencia de planes estratégicos, las funciones de los cargos no estaban descritas por la ausencia de manuales de norma y procedimientos, lo cual afecta el solapamiento de funciones en la empresa objeto de estudio. Sin embargo, la empresa cuenta con personal capacitado profesionalmente y existe la disposición por parte de la gerencia de mejorar la gestión gerencial aplicando el Modelo Canvas.

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 3/6

### Contribuidores:

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Prof. WILLS ULIANA	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	ORCID	C.I: V-11774319
	e-mail	uliwills@hotmailcom
Prof. CRUZ MILAGRO	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	ORCID	C.I: V- 16374361
	e-mail	mcruz.udomonagas@gmail.com
Prof. GASCÓN LUIS	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	ORCID	C.I: V- 15322793
	e-mail	lgascon.udomonagas@gmail.com

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres del tutor y los otros dos (2) jurados. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor esta registrado en el sistema ORCID (Open Researcher and Contributor ID), se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el numero de la Cedula de Identidad).. La codificación del Rol es: CA = Coautor, AS = Asesor, TU = Tutor, JU = Jurado.

### Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2024	07	17

Fecha en formato ISO (AAAA-MM-DD). Ej: 2005-03-18. El dato fecha es requerido.

**Lenguaje:** spa      Requerido. Lenguaje del texto discutido y aprobado, codificado usando ISO 639-2. El código para español o castellano es spa. El código para ingles en. Si el lenguaje se especifica, se asume que es el inglés (en).

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 4/6

### Archivo(s):

Nombre de archivo
NMOTTG_CBWJ2024

Caracteres permitidos en los nombres de los archivos: A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 \_ - .

### Alcance:

Espacial: Repuestos Dos Coronados, C.A, se encuentra ubicado en el sector Guaritos VI, Transversal A, casa #7, Maturín- Edo. Monagas.

### Temporal:

### Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciado en Administración

---

Dato requerido. Ejemplo: Licenciado en Matemáticas, Magister Scientiarum en Biología Pesquera, Profesor Asociado, Administrativo III, etc.

**Nivel Asociado con el trabajo:** Licenciatura

---

Dato requerido. Ejs: Licenciatura, Magister, Doctorado, Post-doctorado, etc.

### Área de Estudio:

Ciencias Sociales y Administrativas

---

Usualmente es el nombre del programa o departamento.

### Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente Núcleo Monagas

---

Si como producto de convenciones, otras instituciones además de la Universidad de Oriente, avalan el título o grado obtenido, el nombre de estas instituciones debe incluirse aquí.

Hoja de metadatos para tesis y trabajos de Ascenso- 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
CONSEJO UNIVERSITARIO  
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano  
**Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ**  
Vicerrector Académico  
Universidad de Oriente  
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria, celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI - 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. **Abul K. Bashirullah**, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.



Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

**JUAN A. BOLAÑOS CURELO**  
Secretario



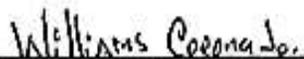
C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YOC/manuja

## Hoja de metadatos para tesis y trabajos de Ascenso- 6/6

### Derechos:

**Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del III semestre 2009, según comunicado CU- 34-2009)** los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la universidad, y solo podrán ser usados a otros fines, con el consentimiento del consejo de núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al consejo universitario, para su autorización.



Br. WILLIAMS CORONADO

C.I: 18.173.873

Autor



Profa. ULIANA WILLS

C.I: 11.774.319

Asesor Académico