



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENSAYO:

**ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES PARA LA IDEA
DE NEGOCIO DE ASESORÍAS DE MARKETING DIGITAL
DBC DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2020**

AUTOR:

ODALIS ELIZABETH BANCHÓN YAGUAL

TUTOR:

Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.

**La Libertad, Ecuador
2021**

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del Ensayo titulado, “ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES PARA LA IDEA DE NEGOCIO DE ASESORÍAS DE MARKETING DIGITAL DBC DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020”, elaborado por la señorita Odalis Elizabeth Banchón Yagual, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad Trabajo de Integración Curricular, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

**MANUEL
ROBERTO
SERRANO
LUYO** Digitally signed
by MANUEL
ROBERTO
SERRANO LUYO
Date: 2022.08.28
21:09:58 -04'00'

Ing. Manuel Serrano Luyo ,M.Sc.

PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Odalis Elizabeth Banchón Yagual** con cédula de identidad número **2450834128** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Odalis Elizabeth Banchón Yagual

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por haberme dado la fuerza y perseverancia para alcanzar este logro profesional y además por otorgarme una familia de nivel y maravillosa, A mis padres por el apoyo incondicional que me brindaron en el transcurso de esta carrera, puesto que me aconsejaban en los buenos y malos momentos para así tomar una buena decisión.

También a mis hermanos por los consejos de motivación y en ayudarme en alguna asignatura complicada que quizás yo no podía resolverla allí estaba ellos con toda la predisposición dispuesta.

A mis docentes por cada enseñanza compartida en el aula, también por las sugerencias prestadas para que uno mejore en diferentes aspectos.

A mis amigos Naomi, Roxana y Miguel por la inclusión en cada actividad realizada puesto que han contribuido de manera positiva en este logro.

Odalis Elizabeth Banchón Yagual

AGRADECIMIENTO

Agradezco A Dios por su bendición y hacer posible llegar hasta donde me lo ha permitido.

A mis padres por ser mi fuente principal en todo lo que se me presenta, por demostrarme su apoyo en cada paso y admiración total.

Gracias a mi familia por estar con el apoyo, los consejos, cariño, paciencia en los errores o momentos importantes en el transcurso de la vida estudiantil debido que no es fácil hay que tener ganas, valentía, superación, responsabilidad y amar lo que serás como profesional.

Y no podían faltar mis tutores guías Ing. Sabina Villón e Ing. Manuel Serrano docentes que estuvieron en el transcurso de este proyecto que con su dedicación y experiencia compartieron conocimientos que aportaron a la terminación de aquello.

Odalis Elizabeth Banchón Yagual

TRIBUNAL DE -SUSTENTACIÓN



**Ing. Libi Caamaño López, MSc
DELEGADO DEL DIRECTOR DE
LA CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

**MANUEL
ROBERTO
SERRANO
LUYO** Digitally signed
by MANUEL
ROBERTO
SERRANO LUYO
Date: 2022.08.28
21:09:58 -04'00'

**Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.
DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



**Ing. Divar Castro Loor
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**



**Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.
DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**



**BANCHÓN YAGUAL ODALIS ELIZABETH
ESTUDIANTE**

INDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	3
DESARROLLO	5
Estrategias Organizacionales	5
Recursos claves.....	10
Actividades claves	14
Socios claves.....	16
CONCLUSIONES	20
RECOMENDACIONES	21
BIBLIOGRAFIA	22

RESUMEN

El presente ensayo tiene como objetivo identificar las estrategias organizacionales para la idea de negocio Digital Bussines Center, debido a que determina la aplicación de este elemento en los diferentes componentes que se realizan en dicho negocio. Por eso las estrategias organizacionales es un factor de gran utilidad para la idea de negocio puesto que se obtiene una ventaja competitiva utilizando las tácticas correctas, como la aplicación de estrategias enfocadas en la necesidad del cliente, por lo cual, los esquemas de procesos deben ser cambiados y por ende se alcanza los objetivos formulados. Por esta razón, hay que tener un mayor control y determinar las oportunidades potenciales, así como la implementación de los recursos necesarios para poder hacer aquellos fines, también desarrollar las actividades o funciones que corresponda y por último proveer socios claves para que los costos de adquisición de algún recurso a utilizar sea accesible para alcanzar el éxito empresarial que permita el funcionamiento de ésta y la supervivencia dentro del mercado. La metodología de investigación fue descriptiva, además se empleó un enfoque cualitativo la cual se utilizó las encuestas para recabar mayor información de la investigación. Como resultado se identificó las estrategias organizacionales a través de los recursos, actividades y socios claves puesto que la idea de negocio tiene un valor especial para el cliente, mediante estas estrategias importante permite que el negocio Digital Bussines Center alcance la rentabilidad y sostenibilidad.

Palabras claves: Estrategias organizacionales, Componentes, Ventaja competitiva.

ABSTRACT

The objective of this essay is to identify the organizational strategies for the Digital Business Center business idea, since it determines the application of this element in the different components that are carried out in said business. That is why organizational strategies is a very useful factor for the business idea since a competitive advantage is obtained using the correct tactics, such as the application of strategies focused on the customer's need, therefore, the process schemes must be changed and therefore the formulated objectives are achieved. For this reason, it is necessary to have greater control and determine the potential opportunities, as well as the implementation of the necessary resources to be able to do those ends, also develop the corresponding activities or functions and finally provide key partners that the costs for the acquisition. of any resource to be used is accessible to achieve business success that allows it to function and survive within the market. The research methodology was descriptive, in addition, a qualitative approach was used, which used the surveys to collect more information from the research. As a result, the organizational strategies were identified through the resources, activities and key partners since the business idea has a special value for the client, through these important strategies it allows the Digital Business Center business to achieve profitability and sustainability.

Keywords: Organizational strategies, Components, Competitive advantage.

INTRODUCCIÓN

En el presente ensayo se requiere determinar estrategias organizacionales para la idea de negocio Digital Business Center principalmente en tres componentes las cuales son: Recursos, Actividades y Socios Claves que permita un mejor funcionamiento implementando tácticas para el desarrollo y crecimiento de la empresa.

Digital Business Center es una empresa que brinda servicios de asesoramiento digital a un segmento específico de emprendedores del Cantón La Libertad, llevando a cabo la propuesta de valor y así aprovechar los recursos tecnológicos para potenciar a un sin número de negocios que mantienen sus ventas de manera convencional, y al implementar nuestra propuesta, ayudará a que existan más posibilidades de negociación en el mercado que actualmente se maneja de manera virtual a través de páginas webs, redes sociales, ofreciendo sus servicios o productos.

El manejo adecuado de las estrategias organizacionales es una necesidad de todos los expertos que tengan alguna responsabilidad en el desempeño de individuos y recursos de la sociedad, en el que el desarrollo acelerado de la ciencia y la técnica provoca la sociedad actualizada se encuentre impuesta a competir en un mercado cuya dinámica está pautada básicamente por el desarrollo.

Por consiguiente, se ha escogido el tema de las estrategias organizacionales para la idea de negocio de asesorías de marketing digital DBC del cantón la libertad, provincia de santa elena, año 2020 debido a que se determinara los procesos de tres componentes en las cuales son: Recursos, Actividades Claves y Socios Claves de esta manera se describe la

acciones a realizar, con que medio se cuenta y entre otras cosas importantes. Puesto que el objetivo propuesto es identificar las estrategias organizacionales para la empresa Digital Bussines Center mediante un control adecuado y estudio profundizado en las diferentes actividades que permita contrarrestar las falencias que se presentan.

Además, se establece como idea o postura que Las Estrategias Organizacionales en la Empresa Digital Bussines Center contribuye en determinar la cantidad de recursos que se necesitan, y a su vez permite desarrollar puestos de trabajos eficientes para una mejor productividad empresarial y alcanzar los objetivos planteados.

La metodología de investigación fue descriptiva, además se empleó un enfoque cualitativo que se utilizó las encuestas para recabar mayor información de la investigación. Como resultado se identificó las estrategias organizacionales a través de los recursos, actividades y socios claves puesto que la idea de negocio tiene un valor especial para el cliente, mediante estas estrategias importante permite que el negocio Digital Bussines Center alcance la rentabilidad y sostenibilidad.

El presente ensayo está estructurado en 4 partes que está compuesto 'por Resumen; detalla el tema, objetivo, resultados; Introducción; plantea el tema y problema, expone el objetivo y postura, presenta la metodología y su estructura; Desarrollo; detalla definiciones de las variables, opiniones, resultados y análisis; y por último menciona las Conclusiones y Recomendaciones.

DESARROLLO

Estrategias Organizacionales

En el campo de las estrategias organizacionales, es un plan o proyecto que integra las primordiales metas y políticas de una organización y, a la vez instituye la sucesión coherente de las actividades a hacer. Un plan correctamente formulado ayuda a colocar en orden y dedicar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con la intención de conseguir una situación posible y original, así como anticipar los probables cambios de ámbito y las actividades imprevistas de los oponentes capaces. (Catarina, 2019)

Por otra parte, la empresa tiene un modelo que unifica e integra elecciones coherentes para establecer los planes, ocupaciones y fines de la organización. Es la construcción, ejecución y evaluación de elecciones, con base a las cuales se alcanzarán los metas propuestos, además especifica las metas generales y específicos, la tarea y la perspectiva de la organización. A menudo además se desarrollan planes de acción concernientes a los procesos como en los recursos, actividades y socios para poder hacer aquellos fines con un mayor desempeño y el desarrollo de nuevas estrategias.

Agregando a lo anterior, los recursos claves se incluyen en dichas estrategias debido a que la gestión humana, física, tecnológica y financiera permite que la empresa lleve a cabo una iniciativa de costo llamativa para tu segmento de consumidores. Debido a dichos recursos puedes mejorar tu interacción con los consumidores y producir ingresos en tu comercio.

Las estrategias organizacionales se relacionan con las actividades de la organización y cómo se van a implementar en el corto o largo plazo, para alcanzar los objetivos planteados cumpliendo con las normas de la empresa. También, los socios te ayudan a resaltar en el mercado, superar a la competencia y mejorar tus ingresos puesto que la identificación de las estrategias permite obtener diferentes beneficios, así como mejorar el desempeño del negocio.

Desde la misma manera, podrían revisarse desde el punto de vista de la sostenibilidad y del direccionamiento, a través del establecimiento de objetivos generales y específicos que lleven a obtener los mejores resultados con los recursos que se tienen. Más aún, es probable que las estrategias se enfoquen en la competitividad y el entorno

- La preocupación por planificar el futuro de una organización ha llevado a los grupos delegados a la táctica organizacional a recurrir a desgastantes y extensos procesos de idealización. La presión por conseguir más grandes niveles de control y necesidad de certeza alimentan el modelo de medición, que paralelamente dificulta que la organización brinde contestación en ambientes alejados del equilibrio. (Contreras Sierra, 2013)

Abordar el tema de las estrategias organizacionales para la empresa Digital Business Center se transforma en asunto de longitudinal, en la medida en que se asocia con la vida de la organización, al respecto conviene decir que se tienen en cuenta los procesos internos que se relacionan con el concepto y la razón de ser de la organización, al tiempo que se establecen lineamientos a tener en cuenta para determinar las políticas que corresponden a la operación organizacional.

Menciona el autor Jones (2008) “La estrategia organizacional permite a una organización moldear y controlar sus dominios para explotar las competencias esenciales con que ya cuenta y desarrollar otras nuevas, lo que la hace una mejor competidora en la búsqueda de recursos”.

Por medio de su estrategia, Digital Bussines Center busca utilizar y desarrollar competitividades importantes para lograr una ventaja competitiva y así aumentar su contribución en los recursos escasos que pueda obtener en el entorno laboral puesto que este elemento permite establecer decisiones y acciones que toman los gerentes para conseguir un valor único que les permitan alcanzar una diferenciación en el mercado empresarial con la cual superar a sus competidores y a su vez realizan objetivos acorde al funcionamiento de la organización.

Es el arte de entre mezclar la exploración interna y la inteligencia usada por los líderes para generar valores de los recursos y capacidades que ellos controlan. Para diseñar un plan exitoso hay 2 claves; hacer lo cual hago bien y elegir los participantes que puedo vencer. estudio y acción permanecen incluidos en la dirección estratégica. (GÓMEZ OSPINA, 2015)

La organización estratégica en gestión del negocio Digital Bussines Center se comprende como el organismo o grupo de recursos tanto humanos como económicos y tecnológicos soportados en una composición jerárquica que ejecuta las funcionalidades de repartición y control de labores; además es identificado como la sociedad de individuos con la intención de laborar alrededor de un objetivo en común.

El análisis de las tácticas organizacionales, como eje dinamizador de la eficiencia y efectividad en las organizaciones, constituye en la actualidad una meditación de suma trascendencia. La clave de una administración acertada para el desarrollo de una compañía está en la reacción de los individuos que participan en ella, de allí que la conducta organizacional sea un instrumento esencial para beneficio de toda clase de empresas, como organizaciones, organismos de régimen, escuelas y empresas de servicios. Donde haya empresas, existe la necesidad de explicar, comprender, adivinar y mejorar la gestión del comportamiento humano. (Lizandro A, Briones-Véliz, & Arteaga Coello¹, 2016)

Por otra parte, el resultado de una idónea administración organizacional de la empresa obedecerá en enorme medida a cómo se da la motivación, la creatividad, la productividad y el sentido de pertenencia de los miembros de la organización para poder hacer un mejor uso del capital humano, el desarrollo de las actividades claves y los socios que lo que tributará a crear estrategias competitivas que contribuyan al crecimiento de las ventajas de la entidad.

Mientras las empresas crecen y se tornan más complicadas, requieren sistemas y métodos más complejos para dirigir y mantener el control de la organización. Por calamidad, estas propiedades tienen la posibilidad de originar inconvenientes de ineficiencia, rigidez y lentitud para reaccionar.

La mayor parte de los empresarios que empiezan un comercio puesto que quieren que su organización crezca. No obstante, mientras lo hace, frecuentemente se dificulta contestar con velocidad frente a los cambios en el ámbito laboral. Las empresas contemporáneas,

permanecen intentando encontrar maneras de ser más flexibles y propensos frente al mercado en vertiginosa transformación.

En consecuencia a las definiciones anteriores se aplicara en conocer las estrategias organizacionales para la empresa Digital Business Center, en la cual es una idea de negocio que brinda servicios de asesoramiento digital a un segmento específico de emprendedores del Cantón La Libertad, llevando a cabo la propuesta de valor y así aprovechar los recursos tecnológicos para potenciar a un sin números de negocios que mantienen sus ventas de manera convencional, y al implementar nuestra propuesta, ayudará a que existan más posibilidades de negociación en el mercado que actualmente se maneja de manera virtual a través de páginas webs, redes sociales, ofreciendo sus servicios o productos, por lo que se necesita identificar las estrategias organizacionales a través de los componentes Recursos Claves, Actividades Claves, Socios Claves analizando cada elemento que se identificara.

El Modelo Canvas se aplica en la empresa Digital Bussines Center en donde se enfoca en los recursos, actividades y socios claves lo que ayudará a conocer con qué recursos cuenta la empresa, cuáles son los medios para un buen funcionamiento de la empresa. El modelo de negocio Canvas, es un método estratégico, que permitirá a cada uno de los miembros del equipo de trabajo conocer cuál es la situación real en la que se encuentra la empresa y cuáles son las acciones que les corresponde llevar a cabo a cada uno.

Además, el objetivo para la empresa Digital Bussines Center es determinar las estrategias organizacionales a través de los componentes que se mencionaron anteriormente que permita obtener un mayor control en los diferentes procesos que maneja la empresa conocer los métodos organizacionales puesto que se crean medidas ofensivas y defensivas

para eliminar las maniobras de la competencia, acciones para cambiar los recursos con la finalidad de mejorar las capacidades competitivas y la posición del mercado de la empresa a largo plazo y tácticas para proteger las condiciones inoportunas que se presentan en el entorno empresarial.

Recursos claves

Para aprender los recursos de una organización y su incidencia en su capacidad de innovar se necesita tener en cuenta además el papel que practica los recursos tecnológicos, se convierte en un componente clave para describir su capacidad de desarrollo en la innovación por lo cual se debería considerar los recursos a usar ya sean físicos, tecnológicos, digitales, humano y financieros ya que las ocupaciones se desarrollen de la mejor forma viable. (Gonzalez, 2013)

Los recursos estratégicos de la empresa Digital Bussines Center genera y da una iniciativa de costo, llegar a los mercados en los cuales esta opere, conservar interacciones con los consumidores, y crear ingresos. Luego de haber trabajado con los consumidores, se debe centrarse en la organización. De esta forma, saber cuáles son los recursos clave que intervienen para que la compañía tenga la función de dar su oferta o iniciativa de costo.

Según Ollé (2009)“En este apartado se estima los materiales propiamente estos que se integran a los productos o son objetos de diversas operaciones del proceso La compra de dichos es importante en el realizado de poder buscar gestiones primordiales para conseguirlos”.

Por eso Digital Bussines Center para la obtención de las estrategias organizacionales engloba a los recursos debido a que este componente es de gran utilidad para el funcionamiento de la propuesta de valor y llevar a cabo las metas planteadas desde la adquisición de recursos físicos hasta las personas encargadas de ejecutar las actividades y más aún proveer alianzas entre empresas para el crecimiento del negocio.

El empresario y el trabajador buscan contenidos desde ópticas muy diferentes, el empresario busca evidentemente alcanzar resultados económicos, mientras que un trabajador aplicado muchas veces busca alcanzar resultados humanos y experiencias” Se debe contar con el recurso humano, debidamente preparado y capacitado para ello la empresa “Digital Business Center” tiene profesionales con alto conocimiento, habilidades, capacidades y a su vez trabajan en equipo para obtener los objetivos planteados. (Fernandez, 2010)

Por lo tanto, este elemento depende, en gran parte, que el negocio llegue a ser viable, no tanto porque la propuesta de valor encaje en el mercado y haya clientes dispuestos a pagar por los servicios sino más bien porque mayores o menores recursos requerirán de mayores o menores esfuerzos financieros, intelectuales y entre otras.

Según Mesa (2020) “los recursos se refieren a los medios que las empresas tienen para hacer sus labores y conseguir sus fines: son bienes o servicios usados en la ejecución de las labores de la organización”.

Por lo tanto, la idea de negocio cuenta con los recursos claves que se complementa para identificar aquellas estrategias de modo que se detalla los métodos el cómo se va a hacer la

propuesta de valor y con qué medios se cuenta. A continuación, se describe aquellos elementos a utilizar:

- Recursos Físicos que son todos aquellos bienes tangibles y sirven de gran ayuda para el funcionamiento del programa de asesoramiento de marketing digital. Equipos de cómputo, Suministro de oficina, Equipos de oficina, software especializado en diseño gráfico y web de la marca adobe Systems Incorporated, licencias, internet banda ancha, teléfonos, celulares y computadoras la cual es caracterizada por ser especializada para el diseño, en la cual estos recursos servirán de gran ayuda para el funcionamiento del servicio que se va a brindar.
- Recurso Humano es un elemento impulsador de valor intangible que cuenta la empresa debido a que existen habilidades y capacidades de los empleados en las diferentes áreas. Se cuenta con un grupo de expertos profesionales que sobresalen mediante sus capacidades, habilidades demostrando eficiencia en el puesto que desempeñan, trabajan en equipo, fortalecen la comunicación y además tienen alto conocimiento en diferentes perfiles en el marketing digital como: Análisis de contenido de Marketing, Social Media Strategist, Especialista en SEO, Ecommerce Manager y un Programador.
- Recurso Económico es fundamental ya es una fuente tangible e intangible para satisfacer determinadas necesidades dentro del proceso del servicio o actividad empresarial. En este recurso se cuenta con Capital propio y préstamos bancarios que aportan de manera monetaria para una mayor inversión en el avance del negocio, a su

vez esta fuente es primordial puesto que, con ello, se deberá utilizar para las debidas compras de los recursos físicos y el pago de los empleados.

- Recursos Digitales que son fuentes intangibles en la cual se puede visualizar, escuchar y almacenar en un dispositivo electrónico puesto que se aplicará canales de información por medio de plataformas digitales. Los recursos digitales a utilizar son de gran utilidad para la empresa ya que facilita la comprensión de proceso en el asesoramiento con los emprendedores a solicitar el servicio debido a que resulta fácil acceder a contenidos y cuenta con un gran atractivo digital como la Plataforma virtual.

Contenidos digitales

- Libros digitales
- Contenidos en Pdf,
- Tutoriales
- Presentaciones con audio incorporado
- Podcast y otros tipos de audios
- Animaciones de procesos y modelos

Sistema de comunicación

- Sistema de correo electrónico, mensajerías y avisos
- Feedback

Actividades claves

Según Osterwalder (2014) “Sobre estos procesos fundamentales es que recae una buena interrelación entre los diversos bloques del modelo de negocio. Ellos son de carácter interno como marketing, producción, logística”.

Digital Business Center como estrategia organizacional se asocia con las actividades claves puesto que describen las acciones más relevantes que se deben relacionar al momento de contribuir con las funciones o actividades a desarrollar en la empresa, para que el modelo funcione dándole valor a la empresa, y conocer las estrategias necesarias para potenciarlas. Ésta es una de las piezas más complicadas de definir dentro del modelo de negocio porque de ella depende de cómo se llega al mercado.

El desarrollo servicio en mención es uno de los más importantes procesos y fuentes de información para la iniciativa de comercio, debido a que esto posibilita tener una interacción con los consumidores y conocer los criterios que poseen sobre los productos, preferencias o algunas veces se puede aprovechar este medio para hacer llegar noticias sobre todos los productos o promociones que maneja el establecimiento. (Bravo, 2013)

Las actividades claves de aquel negocio corresponden a tareas operacionales e internas que poseen un nivel bastante elevado de prioridad para el adecuado desempeño del emprendimiento. A causa de este elemento se hace posible que exista la ejecución de la propuesta de valor que permita solucionar el problema o necesidad del segmento de cliente.

Las ocupaciones claves; tienen que tener una atención particular a cada una para que el modelo de comercio logre funcionar, o sea, éstas son las que determinan el triunfo o decaimiento de la organización. Además, esta es la parte más complicada por conceptualizar de un modelo de comercio, pues de ella es dependiente lo cual se desea transmitir al mercado, o sea el que somos y el que deseamos ser. (Osterwalder, 2011)

Para ello, la idea de negocio Digital Business Center resulta primordial dominar al detalle las ocupaciones claves para dar conocimiento de aquello a los aliados y empleados. Todos tienen que ser conscientes de las tareas más importantes de la organización. Teniendo en cuenta aquellas tareas claves, el negocio se desempeña de mejor manera y solucionan problemas de algún cliente. Por ende, luego se detalla las actividades más esenciales para obtener estrategias organizacionales a través de aquello.

- **Acceso completo a las plataformas:** El cliente que adquiere el servicio tendrá la obtención personalizada al ingreso de los distintos programas de marketing digital a brindar.
- **Interacciones con los perfiles de redes sociales:** En esta actividad se desarrolla contenidos bien estructurados con animaciones enfocadas con la línea del producto o servicio para determinar y potenciar el negocio mediante los sitios web.
- **Incorporar publicidad:** Cuenta con enlaces patrocinados a través de diversos canales puesto que desarrolla contenidos directos para el cliente objetivo.
- **Resolución de quejas:** Consiste en el servicio de solución de problemas que desea realizar el cliente puesto que sirve de mucho para que el negocio arregle las falencias que tiene la empresa o situaciones que se presenta en el entorno.

- Captación y fidelización de los clientes: Relacionarse con clientes que necesiten el servicio a ofrecer otorgando descuentos o nuevas ideas para aquellos clientes frecuentes con el objetivo de incrementar la demanda.
- Asesorías y seguimiento continuamente: Controlar el manejo del programa hacia el cliente objetivo que permita la integración de procesos de servicios digitales. Además, dar un seguimiento por diferentes vías de comunicación.

Socios claves

Las organizaciones se verán con la obligación de asociarse por una secuencia de causas persuasivas, tienen la posibilidad de desear superar alguna postración tales como costos altos y rendimientos mínimos, tal buscan conseguir novedosas capacidades y crear novedosas competencias por medio de aprendizaje entre empresas para después ejercer sus fortalezas más allá de las asociaciones originales. (Gibbs & Humphries, 2009)

La red de proveedores o socios claves que contribuyen para establecer contactos y alianzas para el negocio, es decir definir las estrategias. Puesto que, la Empresa Digital Business Center requiere contar con socios estratégicos ya que se considera importante establecer acuerdos de colaboración con terceros para compartir experiencias, costes y recursos, que les permitan diseñar, desarrollar y gestionar el proyecto de negocio contando con una inversión estable.

Los socios son otras compañías que nos facilitan recursos, y son necesarios para que nuestro modelo de negocio se ponga en marcha. Pueden proporcionar recursos y actividades para que la organización tenga éxito. Hay que estar al corriente qué tipologías de vinculación hay que establecer con ellos. (Peñalver, 2014)

Las alianzas estratégicas permiten que el prototipo de operación funcione, además la obtención de alianzas en las empresas responde a la urgencia que tiene las organizaciones de perfeccionar sus modelos de operación, cifrar inconvenientes o conseguir bienes y capacidades. Los aliados claves y tu emprendimiento tienen que ofrecerse mutuamente beneficios entre las dos piezas, para que la administración sea la idónea y se logren accionar de manera óptima las operaciones, contratos y ventas en tu compañía.

Además pueden ser útiles tres tipos de motivaciones que existen al realizar una asociación, son las siguientes; “optimización y economía a escala”, que es la forma más básica de alianzas entre comprador y proveedor, la misma que está diseñada para optimizar la asignación de recursos y actividades, esto permite a la empresa reducir costos, como también el intercambio de infraestructura; otra motivación es “reducción de riesgo e incertidumbre” que sirve para que las asociaciones reduzcan riesgos en el ámbito competitivo caracterizado por la incertidumbre y “adquisición de recursos y actividades particulares” esta se debe a que pocas empresas tienen los recursos completos y éstas extienden sus capacidades, confiando en otras empresas para proveer recursos particulares o actividades. (Osterwalder, Pigneur, Smith, & Movemen, 2009)

El negocio Digital Bussines Center como tercera estrategia para la organización se encuentra los socios claves puesto que es muy importante para la planificación estratégica del negocio. Entonces el negocio dispone de las alianzas estratégicas que se establece para colaborar en temas como compartir experiencias, costes y también recursos que permita estar en contacto con el entorno, observar el ecosistema y más aún nuevas ideas que surgen alrededor y crear sinergias con otras personas, empresas e instituciones que sean enriquecedoras.

En definitiva, para empezar a encontrar proveedores. Digital Bussines Center piensa en los recursos para los cuáles necesitas un proveedor en tu negocio, y distingue entre los proveedores que son fácilmente reemplazables y aquellos altamente especializados que te aportan más valor.

Mediante los socios claves presente en el proyecto, se busca tener beneficios a través de ellos para el mejor funcionamiento de las actividades del negocio, así como también el crecimiento de la empresa en base de las proyecciones definidas y establecidas por lo que se necesitara de adquisición de recursos y actividades particulares.

- Asociaciones con la competencia: Cuenta con proveedores en diseño, programadores o aplicaciones que sean de utilidad para Digital Bussines Center
- Proveedores de softwares y licencias: Este proveedor es de gran utilidad debido a que el servicio que se va a realizar se requiere de softwares para los diferentes tipos de aplicaciones para generar un contenido de calidad con la implementación de programas que permite realizar diferentes tareas.

- Proveedores de Equipos Tecnológicos: Sirven de gran ayuda para disminuir los costes de cada equipo de cómputo, y entre otras, luego que el proveedor pacta un acuerdo llega a la conclusión en que cada compra que realiza la Empresa Digital Business Center de algún equipo se dejara el producto a un menor precio.

La idea de negocio Digital Bussines Center mediante la implementación de los socios claves más importantes para aquella misma se detecta algunos beneficios como:

- ◆ Reducir riesgos e incertidumbre
- ◆ Incrementar economías de escala
- ◆ Adquirir activos y recursos
- ◆ Compartir aprendizajes y talento humano
- ◆ Distribuir los costes
- ◆ Mejorar las ganancias

CONCLUSIONES

- Cómo factor principal detalla que las estrategias organizacionales de la idea de negocio Digital Bussines Center cuenta con recursos claves en la cual detalla los medios para generar capacidad de desarrollo en la innovación en diferentes aspectos por lo cual se debería considerar los recursos a usar ya sean físicos, tecnológicos, digitales, humano y financieros que permita brindar un servicio de calidad con instrumentos claves de la mejor forma viable
- Por otro lado, se debe recordar que las actividades claves es un elemento fundamental para la ejecución del proceso de la propuesta de valor corresponden a tareas operacionales e internas que poseen un nivel bastante elevado de prioridad para el adecuado desempeño del emprendimiento, también permite interactuar con los clientes de manera directa.
- Al determinar los socios claves como estrategias organizacionales se establece que este componente influye en el crecimiento de Digital Bussines Center debido a que incorpora alianzas estratégicas para la obtención de proveedores tecnológicos o físicos y además con asociaciones que permitan adquirir capacidades o habilidades de profesionales.

RECOMENDACIONES

- Detallar de manera específica los recursos que sean factibles para adquirirlos puesto que es de gran importancia conocer el entorno en el que se rodea los medios que se desean utilizar que permita la combinación adecuada para la competitividad dado que no afecte al funcionamiento de la empresa.
- Realizar diagnósticos periódicamente en las actividades claves que se desarrollan en el negocio de tal modo que se podrá identificar si la empresa presenta alguna necesidad que deberá ser tratada con prioridad dependiendo de la urgencia de ésta.
- Ampliar la categoría de proveedores con instituciones financieras puesto que falta este tipo de aliado que aporten de manera significativa para destacar en el mercado, superar la competencia y optimizar los ingresos.

BIBLIOGRAFIA

- Azuara, R. (ABRIL de 2013). *scalahed*. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r145r/w24202w/OEO_Texto_U2_S3.pdf
- Facchin, J. (15 de enero de 2020). Obtenido de <https://josefacchin.com/modelo-canvas-de-negocio/>
- Fernández, H. (s.f.). *economiatic*. Obtenido de [economiatic: https://economiatic.com/modelo-de-negocio/](https://economiatic.com/modelo-de-negocio/)
- GÓMEZ OSPINA, A. (2015). *repository.usergioarboleda*. Obtenido de <https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/830/Estrategia%20organizacional%20para%20el%20fomento%20de%20la%20participacion%20de%20estudiantes%20en%20procesos%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Jones , G. (2008). *Teoría organizacional*. Mexico: Pearson Educación.
- Lizandro A, M., Briones-Véliz, Í., & Arteaga Coello', H. (7 de JUNIO de 2016). *DIALNET*. Obtenido de <file:///C:/Users/CORE%2013/Downloads/Dialnet-ElComportamientoOrganizacionalYSuImportanciaParaLa-5802885.pdf>
- Pérez, A. (1 de OCTUBRE de 2018). *obsbusiness.school*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/estrategia-competitiva-definicion-tipos-y-planteamiento>
- Riquelme, M. (2020). Estrategia Organizacional (definición y etapas). *WEBYEMPRESAS*.
- Trujillo , J. (6 de junio de 2005). Estrategias funcionales. *degerencia*. Obtenido de [degerencia](https://degerencia.com/estrategias-funcionales/).
- Bravo, C. C. (2013). *Comunicación y atención al cliente*.
- Catarina. (2019). *udlap*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/ruiz_g_ml/capitulo2.pdf
- Contreras Sierra, E. R. (julio de 2013). *redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Fernandez, J. (2010). *recursos humanos de una empresa. madrid: . ediciones encuentros*.
- Gibbs, R., & Humphries, A. (2009). *Strategic Alliances & Marketing Partnerships*. In Konta: Page Limited.
- Gonzalez, J. (2013). *estudio sobre innovacion tecnologica en españa . madrid: edicion digital. .*

- Mesa, J. (12 de agosto de 2020). *blog.grupo-pya*. Obtenido de [blog.grupo-pya: https://blog.grupo-pya.com/recursos-definicion-tipologia-la-empresa/](https://blog.grupo-pya.com/recursos-definicion-tipologia-la-empresa/)
- Ollé, M. (2009). *el plan de una empresa. barcelona*. boixareu editores.
- Osterwalder, A. (2011). *Modelo Canvas*. Barcelona: Deusto SA Ediciones.
- Osterwalder, A. (2014). Canvas de modelo de negocios (lienzo de modelo de negocios) *bmc. innovacion. cr, nd*.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movemen, T. (2009). *Business Model generation*. Porland,Or USA.
- Peñalver, P. (10 de Diciembre de 2014). *pablopenalver*. Obtenido de [pablopenalver: https://pablopenalver.com/proveedores-y-socios-clave/](https://pablopenalver.com/proveedores-y-socios-clave/)

ANEXOS

ILUSTRACIÓN 1: FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB

Flujo sobre el proceso del servicio a través de la pagina Web

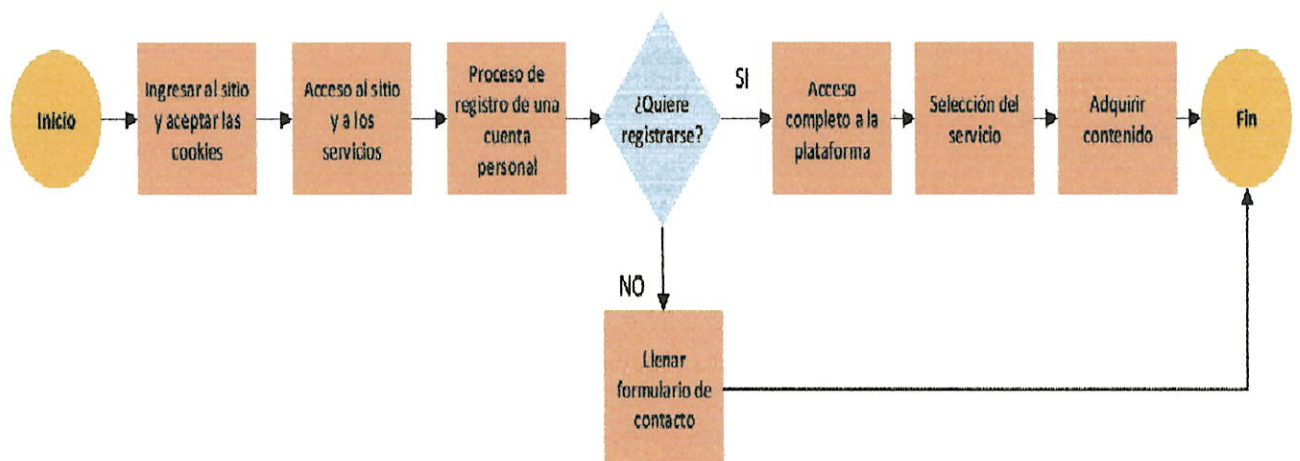


ILUSTRACIÓN 2: ACTIVIDADES DEL ACCESO A LA PLATAFORMA

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
A	Ingresar al sitio y aceptar cookies	10 MINUTOS
B	Acceso al sitio y a los servicios	30 MINUTOS
C	Registro de una cuenta personal	30 MINUTOS
D	Acceso completo a la plataforma	40 MINUTOS
E	Selección del servicio	15 MINUTOS
F	Adquisición de contenido	10 MINUTOS
	TOTAL	2 H 10 MIN

ILUSTRACIÓN 3: ACTIVIDADES DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
A	Acercarse a las oficinas de Digital Business Center	30 MINUTOS
B	Tomar un ticket y esperar el turno asignado	10 MINUTOS
C	En breve, el asesor atenderá su requerimiento	25 MINUTOS
D	Llenar un formulario de información de contacto	15 MINUTOS
E	Entregar copia de cédula y requisitos previos	10 MINUTOS
F	Acepta términos y condiciones, y luego procede al pago del curso en ventanilla	10 MINUTOS
G	Entrega de cronograma de inicio de actividades	10 MINUTOS
	TOTAL	1 H 50 MIN

ILUSTRACIÓN 4: CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES EN BASE A LAS PROPUESTAS DE VALOR (SERVICIOS)

Digital Business Center							
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PAQUETE BASIC							
Servicios	ACTIVIDADES		SEMANAS				Total, de actividades
			MES 1				Semanas
			1	2	3	4	
TENER SU PROPIA PÁGINA WEB	A	Introducción a los diferentes tipos de dominios	■		■		2
	B	Compra de un Dominio y contratar un servicio de Hosting y Email Service		■	■		2
	C	Diseñar páginas webs	■	■			2
	D	Mantenimiento y/o Administración para mejoras				■	1
AUMENTAR EN LIKES Y/O SEGUIDORES PARA LLEGAR A MAS USUARIOS	E	Elaborar perfiles sociales en caso de no tenerlo	■		■		2
	F	Interactuar en redes sociales	■	■	■		3
	G	Publicar contenido constantemente		■			1
	H	Ejercicios prácticos de como elaborar contenidos de buena calidad. (videos y/o imágenes).			■	■	2
	I	Culminación del curso y entrega de certificados				■	1
TOTAL						16	

Elaborado por: Autores

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PAQUETE MEDIUM

Servicios	ACTIVIDADES	SEMANAS								Total, actividades		
		MES 1				MES 2						
		1	2	3	4	1	2	Semanas				
IMPULSAR TU ACTIVIDAD EN REDES SOCIALES (SOCIAL MEDIA)	A	Crear un blog en donde se publiquen contenidos del servicio a usuarios o clientes en la red.										1
	B	Fomentar tu marca a través de sistemas de microblogging con geolocalización de fotografías.										3
	C	Promocionar tu producto o servicio por medio de podcasts y almacenar en los dispositivos la información sobre el servicio brindado.										2
	D	Crear contenidos en YouTube del producto o servicio.										2
	E	Crear alertas de publicidad en Google Alerts.										2
	F	Elaborar perfiles sociales en caso de no tenerlo										1
	G	Implementar la gamificación en el contenido.										2
	H	Elaborar contenidos de buena calidad y creativo. (videos y/o imágenes)										2
	I	Seguimiento y control										4
	J	Hacer publicidad en otras páginas por medio de anuncios pagados o patrocinados.										2
	K	Culminación del curso/entrega de certificados										1

Elaborado por: Autores

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PAQUETE PRO

Servicios	ACTIVIDADES	SEMANAS								Total de actividades			
		MES 1				MES 2				Semanas			
		1	2	3	4	1	2	3	4				
PRESENCIAS EN GRANDES WEBS	A	Introducción y adaptación a los diferentes tipos de plataformas webs en internet	■					■				2	
	B	Registrar dominios a los negocios a la plataforma.	■									1	
	C	Personalizar de las páginas de la manera que sean conveniente para promocionar sus productos o servicios.		■	■						■		4
	D	Promover el SEO/SEM para búsquedas en páginas de Internet			■	■			■	■			5
AUMENTAR EN LIKES Y/O SEGUIDORES PARA LLEGAR A MAS USUARIOS	E	Incorporar en tu página web un Fanbox						■				1	
	F	Invitar desde tu página web a que sigan tus redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)	■					■				2	
	G	Realizar sorteos por la página web				■					■	2	
	H	Realizar campañas de e-mail marketing como: promociones o descuentos									■		2
	I	Hacer publicidad en otras páginas por medio de anuncios pagados o patrocinados.				■					■		2
IMPACTAR TU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO EN LINEA DE TU SECTOR	J	Realizar encuestas de preferencia a clientes potenciales.	■					■				3	
	K	Interacciones con los perfiles de redes sociales		■	■				■	■		4	
	L	Crear campañas de marketing sobre los servicios que ofrece tu negocio			■	■			■			3	
	M	Conocer las tendencias actuales de los negocios virtuales				■					■	2	
	N	Buscar medios publicitarios que ayuden a compartir tus servicios		■		■			■		■	4	
	O	Culminación del curso/entrega de certificados									■		2
									39				





Elaborado por: Autores

<p>SOCIOS CLAVES</p> <p>Mediante los socios claves presentes en nuestro proyecto, se busca tener beneficios a través de ellos para el mejor funcionamiento de las actividades del negocio, así como también al crecimiento de la empresa en base a las proyecciones definidas y establecidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de softwares y licencias • Proveedores de Equipos Tecnológicos • Asociaciones con la competencia 	<p>ACTIVIDADES CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso completo a las plataformas • Interacciones con los perfiles de redes sociales • Incorporar publicidad • Resolución de quejas • Captación y fidelización de los clientes • Asesorías y seguimiento continuamente 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p>	<p>RELACIONES CON LOS CLIENTES</p>	<p>SEGMENTO DE MERCADO</p>
<p>RECURSOS CLAVES</p> <p>Físico: oficina, Equipo de oficina, Equipo de computo, Suministros de oficinas.</p> <p>Tecnológico: Software especializado, licencias, internet banda ancha, teléfono, celular.</p> <p>Humano: Profesionales que tienen alto conocimiento de análisis SEO, social media, contenido de Marketing y Programación</p> <p>Económico: Capital propio y préstamos bancarios</p> <p>Digitales: Plataforma virtual, libros digitales, contenidos en Pdf, Tutoriales.</p>	<p>CANALES</p>			
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS</p>		

Document Information

Analyzed document	ENSAYO URKUN ODALIS BANCHON.docx (D99546066)
Submitted	3/25/2021 5:00:00 AM
Submitted by	
Submitter email	banchonodalis0411@hotmail.com
Similarity	4%
Analysis address	svillon.upse@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA / KEVIN_ECHAIZ ESTRATEGIAS_ORGANIZACIONALES.docx Document KEVIN_ECHAIZ ESTRATEGIAS_ORGANIZACIONALES.docx (D99537487) Submitted by: kevin-echa@hotmail.com Receiver: svillon.upse@analysis.orkund.com		2
SA	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA / ensayo revision urkund.docx Document ensayo revision urkund.docx (D99546073) Submitted by: martha.bajanaacosta@upse.edu.ec Receiver: svillon.upse@analysis.orkund.com		2
W	URL: http://docplayer.es/155784377-Estrategias-gerenciales-autor-jesus-oswaldo-moreno.html Fetched: 12/9/2020 3:03:32 AM		1
W	URL: https://sites.google.com/a/tresinh.info/tresinh/emprendimiento Fetched: 3/25/2021 5:01:00 AM		1