

ANEXO X-2



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

ACTA DE APROBACIÓN

INFORME FINAL DE PASANTÍA

TRABAJO DE GRADO

El jurado designado por la Facultad de Ciencias Sociales para la evaluación del Informe Final de Pasantía o Trabajo de Grado titulado: Estrategia empresarial para la Gerencia General de la empresa Dimas Decoraciones

Realizado por el (la) Br. Adela Aguilar Almeyda
C.I. N° 26508.237 cursante de la carrera de Adm. de Empresas
hace constar después de analizar su contenido y oír la exposición oral,
considera que el Informe Final o Trabajo de Grado ha obtenido la
calificación de: 20 pts

APROBADO

NO APROBADO

El Jurado

Tutor Académico (Coordinador)
Nombre: Adela Jiménez
C.I.: 10227464

Jurado
Nombre: Joni Jiménez
C.I.: 12478528



Jurado
Nombre: Yabel Paubiz
C.I.: 11807313

Fecha: 01/10/23



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA LA GERENCIA GENERAL
DE LA EMPRESA DIMAS DECORACIONES**

Autora
Br. Adela Aguilar Almeyda
C.I: 26.508.237

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA LA GERENCIA GENERAL
DE LA EMPRESA DIMAS DECORACIONES**

Trabajo de grado para optar el título de licenciado en administración de empresas

Autora.

Adela Aguilar Almeyda

C.I: 26.508.237

Tutor:

Prof. Oneida Jiménez

C.I: 10.227.464

SAN DIEGO, FEBRERO, 2023



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Mediante la presente hago constar que he leído el Trabajo de Grado, elaborado por el(a), ciudadano(a) Adela Alejandra Aguilar Almeyda, titular de la cédula de identidad N°26.508.237 para optar al grado académico de Licenciado en administración de empresas cuyo título es adscrito a la línea de investigación: ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA LA GERENCIA GENERAL DE LA EMPRESA DIMAS DECORACIONES., adscrito a la línea de investigación. Modelo de negocios 2.0 bajo enfoque de emprendimiento, y declaro que acepto la tutoría del mencionado Proyecto de Trabajo de Grado durante su etapa de desarrollo hasta su presentación y evaluación por el jurado evaluador que se designe; según las condiciones del Reglamento de Estudios de la Universidad José Antonio Páez.

En San Diego, a los _____ días del mes de _____ del año dos mil

Firma
Nombres y Apellidos

C.I: _____

INDICE GENERAL

INDICE DE FIGURAS	VIII
DEDICATORIA.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1 Situación problemática.....	3
1.2 Formulación del problema.....	5
1.3 Objetivos.....	5
1.3.1 Objetivo General:	5
1.3.2 Objetivos Específicos:	5
1.4 Justificación	6
1.5 Alcance y Limitaciones.....	7
CAPITULO II.....	8
MARCO TEÓRICO	8
2. 1 Antecedentes.....	8
2.1.1 Antecedentes internacionales	8
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	10
2.2 Bases teóricas	11
2.2.1 Gerencia de eventos.....	11
2.2.2 Modelo de negocios 2.0.....	13
2.2.3 COVID 19 y el sector eventos especiales en Venezuela.....	14
CAPÍTULO III	16
MARCO METODOLÓGICO	16
3.1 Tipo, enfoque y diseño de investigación	16
3.1.1 Tipo de investigación	16
3.1.2 Enfoque y nivel de investigación	16
3.1.3 Diseño.....	16

3.2	Población y muestra.....	17
3.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.3.1	La observación	17
3.3.2	Entrevista semi estructurada	17
3.3.3	FODA.....	18
3.4	Técnicas de análisis de datos	18
3.5	Validación	18
CAPITULO IV		19
RESULTADOS DE DIAGNÓSTICO		19
4.1	Resultados de la observación.....	19
4.2	Análisis de entrevistas	20
Ventajas competitivas de la empresa.....		22
CAPITULO V.....		26
LA PROPUESTA.....		26
5.1.	Reformulación de los principios fundamentales de la empresa y su portafolio de servicios.	26
5.2.	Objetivos estratégicos.....	31
5.3.	Planes operativos específicos	34
5.4.	Factibilidad de la propuesta.....	42
CONCLUSIONES.....		44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		46
ANEXOS		48

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Lista de chequeo observación de ambiente de trabajo	19
Tabla 2. Situación actual de la empresa	20
Tabla 3. Mejoras gerenciales necesarias	21
Tabla 4. Ventajas Competitivas.....	22
Tabla 5. Potencialidad 2.0	23
Tabla 6. Futuro de la empresa	23
Tabla 7. Matriz FODA	24
Tabla 8. Distribución de funciones.....	30
Tabla 9. Objetivo Estratégico 1	32
Tabla 10 .Objetivo Estratégico 2	33
Tabla 11. Objetivo estratégico 3.....	33
Tabla 12. Objetivo estratégico 4.....	33
Tabla 13. Objetivo estratégico 5.....	34
Tabla 14. Operatividad objetivo estratégico 1.....	34
Tabla 15. Operativa objetivo estratégico 2.....	36
Tabla 16. Operativa objetivo estratégico 3.....	37
Tabla 17. Operativa objetivo estratégico 4.....	38
Tabla 18. Operativa objetivo estratégico 5.....	40

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de procesos	28
Figura 2. Organigrama de Dimas Decoraciones	29

DEDICATORIA

A mi abuela Reyna Adela Lector Naveda que me apoyó hasta su último día para que obtuviera mi título profesional, a ella que está en el cielo le dedico este trabajo.

A mi tío Dimas Aguilar por haber sido importante en mi vida y por apoyarme en todo momento hasta el último día de su vida le dedico en especial este trabajo y por su legado en el mundo de la decoración.

A toda mi familia que me ha apoyado en todo momento para desarrollar mis estudios, a mi tía Flor, y mis tíos, que sigan apoyando el legado de la empresa Dimas Decoraciones.

A todas aquellas personas que colaboraron de forma interesada en la realización del presente trabajo.

Adela Aguilar

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo agradezco a Dios, por guiarme y hacerme llegar lejos en mi carrera.

A mi familia que tanto me ha apoyado para el desarrollo de mis estudios universitarios.

A mi tía Flor Aguilar por el inmenso apoyo que ha aportado para la ejecución de mis estudios.

Agradezco a mi tutora de Trabajo de grado la Prof. Oneida Jiménez, quien con su experiencia, conocimiento y motivación me orientó en la investigación.

A los trabajadores de Dimas Decoraciones por su colaboración y paciencia en el desarrollo del presente trabajo.

Agradezco a los todos profesores que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad José Antonio Páez.

Adela Aguilar



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RESUMEN

**ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA LA GERENCIA GENERAL DE LA
EMPRESA DIMAS DECORACIONES**

Autor: Adela Aguilar

Tutora: Prof. Oneida Jiménez

Fecha: enero, 2023

Dimas Decoraciones constituye una empresa familiar con mucho prestigio en el mercado de festejos de la región carabobeña. Desde hace 4 años ha sufrido un proceso de crisis por diversas circunstancias como la desaparición física de su fundador y la crisis económica nacional que ha provocado contracción del sector de eventos. Como objetivo en esta investigación diseñar una estrategia para la gerencia general de la empresa Dimas Decoraciones. Se abordó un proceso de diagnóstico mediante la aplicación de la observación del espacio empresarial, una entrevista y la matriz FODA. La población abordada fue de 10 personas entre trabajadores y gerentes de la empresa. El diagnóstico situacional arrojó que la empresa se encuentra en crisis pero cuenta con muchos aspectos a favor para su reactivación. Se diseñó una propuesta basada en un plan de acción con base en objetivos estratégicos. Se plantea como meta principal el rediseño de la estrategia gerencial y negocios adaptada al modelo 2.0 y la reformulación de la oferta de servicios de la empresa ampliándola hacia la prestación de servicio general de organización de eventos.

Palabra Clave: gerencia estratégica, plan de acción, organización de eventos, negocios 2.0.

Línea de Investigación: Modelo de negocios 2.0 bajo enfoque de emprendimiento.

INTRODUCCIÓN

El avance de las herramientas tecnológicas de información y comunicación han democratizado muchos procesos de interconexión entre personas y empresas. El mercado de servicios se nutre día a día con los cambios tecnológicos y los progresos en el área. La comercialización de servicios y productos por medio de las herramientas comunicativas tecnológicas digitales se ha incrementado en los últimos años y está transformando la forma como se hacen negocios. La promoción de servicios se encuentra entre los primeros lugares de la oferta comercial de servicios en el mundo virtual.

La empresa Dimas Decoraciones dedicada especialmente a la ambientación de eventos festivos, está sufriendo un proceso de transformación empresarial. Se plantea que migre hacia una estrategia de negocios 2.0 modelo que servirá de plataforma para el reimpulso de la mencionada empresa.

El presente informe constituye un acercamiento diagnóstico de la situación de la empresa Dimas Decoraciones así como una propuesta para la gerencia general de dicha prestadora de servicios de eventos festivos. Por tanto se ha diseñado un estudio mediante el modelo proyecto factible en el cual se han desarrollado la planificación de estrategias que engloban una directriz general para el avance de la empresa.

Se ha organizado el informe de la siguiente forma:

Capítulo I: Planteamiento del problema, en el cual se desarrolló todo lo que integró: Descripción de la realidad problemática. Delimitación del problema, Formulación del problema, Objetivos general y específicos, justificación de la investigación, alcance y limitaciones.

Capítulo II. Marco teórico: En este capítulo se incluyeron los antecedentes incluyen los nacionales e internacionales. Bases teóricas o científicas, en donde se detallan las variables de estudio.

Capítulo III. Metodología, en este capítulo se describió: las acciones de la investigación el tipo, nivel y diseño, así mismo población, muestra, técnicas e instrumentos

de recolección de datos, técnicas de análisis de los datos y el aspecto ético de la investigación.

Capítulo IV: resultados de diagnóstico, se presentan los resultados obtenidos por medio de la aplicación de las técnicas de observación directa, entrevista y matriz FODA, todos orientados a definir el diagnóstico situacional de la empresa.

Capítulo V: Propuesta, se presenta la propuesta general para la gerencia de la empresa Dimas Decoraciones, se organizan en cuadros el plan de acción estratégico y las actividades a realizar.

Por último se muestra conclusiones y recomendaciones del estudio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

La empresa Dimas Decoraciones presta servicio de decoración para eventos festivos como celebración de bodas, quince años, cumpleaños, aniversarios o todas aquellas actividades que ameriten la ambientación de locales festivos. Fue fundada en 1992 por Dimas Aguilar quien era el principal recurso humano pues se destacó como decorador para fiestas en la región carabobeña llegando a tener reconocimiento nacional. La empresa tuvo un crecimiento sostenido durante casi tres décadas. Llegó a consolidar un mercado en la ciudad de Valencia, con extensiones a nivel nacional decorando fiestas en Caracas, Maracay, Maracaibo, Canaima y otras ciudades importantes del país. Su sede se ubica en el municipio Naguanagua del estado Carabobo. Llegó a tener en su mejor momento más de 10 trabajadores fijos de nómina y generaba informal para unas 10 personas más los cuales participaban en situaciones especiales de mayor demanda.

Como marca, Dimas Decoraciones mantuvo un perfil exclusivo conocido dentro del mercado de organización de fiestas en el estado Carabobo. Su popularidad se fundamentaba en las experiencias previas tanto de clientes corporativos como familiares o personales, los cuales quedaban satisfechos con el trabajo artístico de la empresa y recomendaban sus servicios. Dimas Decoraciones se convirtió en el top de referencia para decoración de eventos a nivel nacional. En el mercado de organización de fiestas la empresa era recomendada en las cuentas de mayor nivel cotizándose en el mercado de mayor valor, de esta forma se convirtió en una empresa que prestaba servicios exclusivos.

Su proceso organizativo ha estado siempre establecido por conocimientos empíricos de sus trabajadores y del directivo. Esto quiere decir que la empresa nunca ha tenido un proceso de planificación técnica pertinente para una institución de su tipo. El no haberse establecido una directriz administrativa o gerencial desde el punto de vista técnico, ha hecho que la empresa funcione bajo criterios no profesionales. Hace 3 años fallece el fundador y pilar de la empresa, lo que hizo que se generara una crisis en el funcionamiento

de la misma. Su dirección fue heredada por los familiares, y con ello se ha perdido parte de la dinámica de servicio que prestaba en otros tiempos. Sin embargo, el buen nombre creado por la empresa y la filiación con empresas del ramo hotelero o de organización de eventos ha evidenciado que Dimas Decoraciones mantiene un potencial como unidad productiva, con capacidad de competir en el mercado de organización de eventos. Esto queda evidenciado porque se mantienen clientes que han sido habituales, han surgido nuevos clientes referidos por socios o por clientes tradicionales.

Actualmente Dimas Decoraciones presenta un panorama no definido debido a la falta de planeación, es decir, carece de proyecciones estratégicas a futuro lo que priva la existencia de un plan de acción para alcanzarlo. Además hay ausencia de instructivos para los procesos y/o procedimientos administrativos para sus empleados. No cuenta con una misión y visión, nunca se ha elaborado con base en un análisis de los aspectos a favor y los no tan a favor de la realidad de la empresa. Sin embargo, se sabe que la empresa tiene un potencial importante por su larga tradición de servicio la cual se ha establecido como marca.

Lo anterior hace pensar que la mencionada empresa de decoración de eventos pudiera ser rescatada de la crisis que ha presentado, acudiendo a un proceso de reorganización mediante criterios gerenciales basados en conocimientos científicos y técnicos. Procurando recuperar el lugar que ha tenido la empresa en el ámbito festivo de la región, se propone una reorganización basada en estrategias de negocio que estén a la par con los cambios que se imponen en la dinámica del mercado actualmente. Ante ello se acude a una propuesta de negocio bajo el enfoque 2.0, forma actual manejo de negocios en la que se aprovechan las cualidades de la marca para ser promocionada en el universo digital.

La investigación se centrará en realizar un diagnóstico sobre la situación actual de la empresa y diseñar una propuesta para su reorganización de acuerdo a protocolos gerenciales de vanguardia que se ajusten a las necesidades de la empresa para su recuperación. Tomando en cuenta el mercado abarcado por la actividad de servicio prestada por la empresa se propone crear un plan de acción empresarial basado en el enfoque de empresa 2.0, en el cual se buscará dar una proyección en el mundo virtual, promocionando la oferta de servicios de la empresa.

1.2 Formulación del problema.

Se pretende responder a las preguntas de investigación:

¿Cuál es el estado actual del funcionamiento gerencial de la empresa Dimas Decoraciones?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la empresa Dimas Decoraciones en materia gerencial?

¿De qué manera favorece una estrategia empresarial bajo un modelo 2.0 la gerencia general de la empresa Dimas Decoraciones?

1.3 Objetivos.

1.3.1 Objetivo General:

Proponer estrategias empresariales para la gestión gerencial de la empresa Dimas Decoraciones.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Diagnosticar el estado actual con relación a la gerencia de la empresa Dimas Decoraciones.
- Determinar las fortalezas y debilidades en materia gerencial que presenta la empresa Dimas Decoraciones.
- Diseñar la estrategia empresarial para la gerencia general de la empresa Dimas Decoraciones.

1.4 Justificación

La situación actual de la economía venezolana en la cual el emprendimiento y las ideas innovadoras han abierto una oportunidad para el surgimiento de nuevas ideas de negocios o la transformación y rescate de algunos ya establecidos. En el proceso posterior a la pandemia y sobre todo en la incipiente reactivación de actividades económicas en las principales ciudades del país, ha abierto una oportunidad para mercados que se habían deteriorado en gran medida por la crisis económica. El sector de organización de eventos festivos fue uno de los más golpeados por la crisis, pues las personas y empresas priorizaban sus gastos dejando de lado las celebraciones. De igual forma la pandemia también afectó dicho mercado a nivel mundial, pues la aglomeración de personas estuvo prohibida en casi todos los países y esto afectó a éste mercado cayendo sus ganancias casi a cero.

El retorno progresivo de la normalidad a nivel mundial y el ligero proceso de recuperación económica que está viviendo Venezuela, hace pertinente el promover el rescate de una empresa de organización de eventos toda vez que se espera que el mercado de eventos festivos crezca en año 2022. Ya se ha visto durante los primeros seis meses del año la organización de festivales, conciertos, ferias y distintos tipos de eventos en los cuales se ha demandado los servicios de empresas de organización de eventos. Por tales razones es pertinente el promover la reorganización como Dimas Decoraciones la cual tiene el potencial para participar en el mercado que esta reactivándose en el país y en la región carabobeña.

1.5 Alcance y Limitaciones.

La estrategia gerencial para la reorganización de la empresa Dimas Decoraciones tiene como propósito abarcar el mercado de organización de eventos festivos a nivel regional. En una primera etapa se plantea diseñar una serie de estrategias gerenciales para reorganizar la empresa Dimas Decoraciones y enfocarse en el ámbito festivo del estado Carabobo en una primera etapa. Posteriormente se propone crear una estrategia para ampliar el objetivo empresarial a nivel nacional, dependiendo del éxito y la evaluación resultante del proceso inicial.

Entre las principales limitaciones del estudio se precisa que la investigación y las propuestas derivadas de la misma se enfocan en estrategias para la gerencia general de la empresa Dimas Decoraciones. Se trabajará en función de la situación actual de la empresa la cual se ha reducido casi a la inactividad. Es por ello que el enfoque se le da al estudio está dirigido principalmente a la gerencia general de la mencionada empresa.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2. 1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Oviedo y Patiño (2019) presentaron un trabajo de investigación titulado **Diseño del plan estratégico para la empresa Fiestotas decoración de eventos del municipio de Zarzal, Valle del Cauca, Colombia**, trabajo de grado para optar el título de licenciado en administración de empresas. En dicho trabajo plantearon el diseño de un plan para el desarrollo estratégico de una empresa de organización de eventos. Aplicaron una metodología descriptiva para diagnosticar las condiciones de operatividad mejorables en la institución y por consecuencia ofrecieron opciones de cambio para su mejora. Aplicados los análisis EFE, EFI, DOFA y PEYEA, se obtuvo que hay una capitalización de oportunidades y fortalezas básica, pero que puede mejorar con la reducción de las debilidades y el paliativo de amenazas. Se propone un plan de acción que procura el incremento de los beneficios y que de cumplirse aprovecharía el potencial de retorno de inversión en un 89% lo que indica una buena oportunidad de negocios.

Este trabajo representa una guía teórica y metodológica para el presente estudio pues se han enfocado en una empresa cuyos servicios prestados son similares a los de la presente investigación. Se ejecutó una metodología de diagnóstico pertinente a los fines de la empresa y de lo que se necesitaba para poder establecer un plan de mejoras. Las recomendaciones y líneas de acción que se han propuesto en el plan de acción sirven de guía para la propuesta que se genere en el presente trabajo. El contexto geográfico del estudio fue similar, por ser Colombia un país con similitudes demográficas y económicas a Venezuela.

Zevallos (2018) presentó en Perú una investigación titulada **Diseño de un plan de negocios para crear una empresa de decoración de eventos**, tesis para optar al título de licenciado en administración y finanzas. En dicho estudio realizan todo el proceso de

planificación y diseño para la constitución de una empresa de decoración de eventos. Realizó un proceso de diagnóstico de las necesidades en el mercado peruano, específicamente en la ciudad de Lima, con respecto a la decoración de ambientes festivos. Luego proceden a evaluar mediante matriz DOFA la viabilidad del proyecto determinando la factibilidad del mismo. Se propone una estrategia de acción eficiente para atacar un mercado poco abordado de una forma gerencial.

Esta investigación representa un antecedente de interesante referencia pues se centró en una empresa de decoraciones al igual que el presente estudio. En todo el informe se ofrecen muchos aspectos relacionables con los intereses del investigador en el presente caso. Aunque son sociedades diferentes existen algunas similitudes entre las exigencias del mercado peruano y el venezolano por lo tanto se tiene dicho trabajo como una referencia importante.

Zambrano (2021) presentó el trabajo de grado para maestría titulado **Plan estratégico 2022-2025, para la empresa Open de Box**, trabajo de grado para optar el título de Magister en Administración, en la universidad Santo Tomás, Colombia. En dicho estudio presenta un diagnóstico de la situación gerencial de la empresa de decoración, ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia. Este plan estratégico fue establecido por un período de 3 años persiguiendo como objetivo, acciones eficaces para mejorar la competitividad de la empresa en el mercado de decoración de eventos. Acude a una estrategia 2.0 para aprovechar el boom de los mercados virtuales durante la pandemia y ofrecer un servicio basado en el modelo de negocio Osterwalder.

El aporte de esta investigación radica en que se enfocó en una empresa de decoración de eventos. Proponen estrategias en el ámbito virtual y asumen una identidad de marca basada en teorías propias del neuromarketing para la atracción de los clientes. Esto es ofreciendo una propuesta artístico-decorativa en correspondencia con teorías aplicadas sobre el color, la imagen y figuras, de acuerdo a los gustos de las personas que se ofrece en teorías de neuromarketing.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Cabeza y Gahona (2020) presentaron el trabajo de de investigación titulado **Plan de marketing 2.0 para impulsar las ventas en franquicias de alimentos**, dicho trabajo fue publicado en la revista Maya, administración y turismo. El mismo tuvo como objetivo plantear una estrategia de marketing 2.0 para una empresa de venta de alimentos en el municipio Naguanagua del estado Carabobo. El trabajo aplicó una metodología descriptiva en la cual se utilizó la observación sistemática. Igualmente se aplicó un Benchmarking para estudiar las estrategias de competidores en el mismo servicio que presta la empresa, en este caso franquicia de pizzería. El diagnóstico reveló que la empresa carecía de una estrategia de marketing digital adecuada, y que sus competidores igual carecían de ello. Por tanto se propuso la creación de una estrategia de marketing 2.0 para potenciar la rentabilidad y los beneficios de la franquicia de pizzas estudiada.

Este trabajo representa un antecedente importante para la presente investigación pues describe al proceso de diagnóstico y luego la aplicación de una propuesta de negocios 2.0. Igualmente la franquicia estudiada se ubica en el mismo municipio que la empresa de decoraciones que se estudia, por tanto impactan en un mercado similar. Este estudio sirve como referencia teórica y metodológica.

Uzcátegui (2021), presentó el trabajo de grado para optar al título de magister en administración de empresas, en la Universidad Valle del Momboy, titulado **Plan de social media marketing para el proceso de ventas en la organización “Productos Mariela’s**. Dicho trabajó se realizó en Valencia, Carabobo, enfocado en un Pymes dedicado a la venta de productos estéticos para el mercado femenino. El trabajo se enfocó en el estudio de planificación estratégica, plan de mercadeo y marketing digital. Se creó una propuesta de marketing digital con el objetivo de captación de nuevos clientes.

Este estudio representa un antecedente de importancia pues describe teóricamente varios de los conceptos que se manejan en la presente investigación. De igual forma se realizó un diagnóstico de la situación gerencial y de mercadeo en la empresa en cuestión lo que sirve de referencia metodológica al presente trabajo. Se diseñó una propuesta de marketing digital la cual se enfocó en el mercado carabobeño, cuestión que coincide con el

objetivo de la presente investigación y arroja orientaciones prácticas para la ejecución de un plan estratégico 2.0 en una empresa que actuará en el mismo mercado valenciano.

Castillo y Méndez (2021), presentaron un trabajo de grado para optar al título de administración de empresas turísticas, en la Universidad Nueva Esparta, el cual se titula **Marketing digital como promoción de la posada Casa Mori, Choroní, estado Aragua, Venezuela**. Dicho trabajo consistió en un proceso de diagnóstico mediante análisis descriptivo basado en la observación y en la revisión de las estrategias gerenciales de empresas del ramo de hostelería en la zona de Choroní estado Aragua. Producto del diagnóstico se planteó la necesidad de replantear una estrategia de marketing digital para la mencionada posada. El mismo se enfocó en la captación de clientes en las temporadas de alta y baja de afluencia turística.

El trabajo representa una referencia importante para el presente esfuerzo investigativo pues siguió el orden teórico y metodológico similar al planteado en el presente estudio. Se ejecutó un diagnóstico y posteriormente basándose en ello se planteó una estrategia de marketing 2.0. Dicha estrategia se diseñó hasta su factibilidad técnica y financiera, lo que representa una guía importante para los fines de la presente investigación.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gerencia de eventos

La gerencia de eventos es una disciplina de reciente creación asociada a las ciencias administrativas. Surge por la necesidad de organizar de forma efectiva los denominados eventos especiales, los cuales se asocian generalmente a actividades festivas. En los años 50 con el surgimiento de los parques de diversiones y las paradas alegóricas de Disney, se comenzó a ejecutar este tipo de eventos como algo organizado y como profesión. Se necesitó de personal con conocimientos específicos para la coordinación gerencial de eventos especiales como, pues ya estos eventos no eran simplemente una fiesta especial de una época del año, sino que se convirtió en un servicio de entretenimiento que requería de una organización (Farfán y Pelekais, 2014). Es por ello que se comienza a construir como

disciplina científica el estudio de formas administrativas adecuadas para la gerencia y control de eventos especiales.

Las empresas que se encargan de la organización de eventos como un servicio comercial requieren de conocimientos técnicos para el éxito de su labor empresarial. Eventos familiares tales como bodas, bautizos, cumpleaños, o corporativos como el lanzamiento de un producto⁷ marca, inauguraciones, celebraciones de aniversario), o grandes eventos como ceremonias juegos olímpico, ferias comerciales o científicas, son acontecimientos que tienen actividades únicas y requieren de una coordinación con base en conocimientos técnicos (Morillo, 2017).

La gerencia de eventos abarca investigación, diseño, planificación, coordinación y evaluación de un evento. También incluye administración, coordinación, mercadeo, normativas, ética y riesgos en la gerencia competitiva para producir eventos sustentables (De Marchena, 2005). Como se puede notar, estos aspectos son importantes al momento de establecer teóricamente las bases para la actividad comercial de una empresa de organización de eventos. Así pues, el éxito de su estrategia comercial depende de lo organizado que esté su abordaje de los conocimientos técnicos que se necesitan para la producción de un servicio de calidad.

Fleitman (2002, p. 221), expresa que “se utiliza el término evento para hacer referencia a congresos, seminarios, convenciones, conferencias, foros, coloquios y reuniones”. Por su parte, Richero (2003), señala que los eventos pueden ser considerados como una técnica de las ciencias sociales, debido a que en algunos casos proporcionan la oportunidad de organizar un marco de colaboración nacional o internacional, así como también pueden convertirse en un procedimiento para suscitar cambios en los individuos o en las instituciones que ellos representan. Los eventos pueden adoptar varias formas y según sus objetivos, tipo de actividades, número de participantes, entre otros, se clasifican como seminarios, simposios, reuniones técnicas, conferencias o congreso.

Entre otras definiciones se tiene la de Goldblatt (2003), quien indica que evento es el acto de reunir personas con propósito de celebración, educación, mercadeo y/o reunión. Todos, eventos de vital importancia para el sector universitario que le permiten no solo su interacción con el entorno sino dar a conocer sus saberes científicos.

2.2.2 Modelo de negocios 2.0

Es una evolución radical del marketing gracias a la tecnología que nos lleva a formular estrategias uno a uno con productos personalizados y mensajes diferenciados gracias al poder de los datos masivos y la capacidad de medir y con un poder exponencial con respecto a los medios tradicionales que ha desatado toda una revolución en la industria del marketing y la publicidad (Fuentes, 2019).

En un mundo donde el internet revolucionó la manera de hacer las cosas y de comunicarse, las organizaciones deben evolucionar, renovarse, apoderarse de las nuevas tendencias del marketing y usarlas o de lo contrario están condenadas a desaparecer.

El uso de las TIC y el internet en este mundo globalizado, se ha convertido en un punto clave de fortaleza frente a la competencia entre las empresas, puesto que con el auge de los dispositivos móviles resulta mediático, rentable y cotidiano, por esto se debe estar abierto al cambio, a concebir las tecnologías digitales como las oportunidades de rediseñarse, innovar y acceder a nuevos mercados.

En la Web 2.0 se desarrollan una serie de nuevas aplicaciones y herramientas interactivas, cada una proporcionando un valor diferente al cliente. Se basan en una combinación de varias tecnologías de Internet existentes con el objetivo de mejorar la comunicación. Se han identificado varios mecanismos o plataformas para la promoción de negocios 2.0. En Venezuela se han desarrollado recientemente gracias al empuje que obligó la pandemia de COVID 19 a incorporar cada vez más estas plataformas. Entre las mismas se cuenta con:

- Página Web: las cuales están decayendo en su uso y mantienen presencia en negocios el caso de marcas con prestigio y que prestan servicios complejos de envergadura.
- Perfiles de Redes sociales: este tipo de plataforma se ha convertido en la vía de acceso más económica y difundida para los negocios 2.0. La puerta de entrada a este nivel de negocios se evidencia en perfiles de redes sociales como *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* principalmente. Estas plataformas funcionan tanto como canales

de promoción como también para gestión de las contrataciones de los servicios con los clientes.

- Aplicaciones móviles: este mecanismo de comunicación está creciendo cada vez más, al hacerse popular la creación de aplicaciones móviles para la gestión de servicios. Aunque un tanto más costoso la rentabilidad es importante en el caso de aquellos servicios que ameriten contacto directo con los clientes en un ambiente virtual. No son tan eficaces en la promoción publicitaria de los servicios prestados por las empresas pero tienen un alcance importante en los clientes una vez acceden a la aplicación.
- Sistemas de mensajería: otro ramo de las plataformas 2.0 es el de las plataformas de mensajería instantánea. En el caso venezolano *Whatsapp* se ha convertido en la principal plataforma de mensajería por la cual muchas empresas difunden sus servicios y captan clientes. Esta red permite crearse un contacto comercial el cual genera respuestas automáticas al momento de contactarse. Otra plataforma que está cobrando fuerza es *Telegram* aplicación de mensajería que permite crear canales de comunicación y que amplifica el rango de opciones que se pueden tramitar por medio de dichos canales. Muchas empresas están utilizando esta aplicación como principal mecanismo de comunicación con los potenciales clientes (Constantinides y Fountain, 2018).

2.2.3 COVID 19 y el sector eventos especiales en Venezuela

De acuerdo a un estudio publicado por diversos organismo iberoamericanos como ID, Mercosur Cultural, UNESCO, OEI y la Secretaría General Iberoamericana en 2021, la pandemia ha generado un impactó negativo importante en el sector de eventos culturales y recreativos en la región iberoamericana. En la mayoría de los países los eventos masivos se redujeron a casi cero habiendo casi un 99% de recesión en el sector de organización de eventos especiales o recreativos. La razón principal fueron los confinamientos obligatorios a los cuales se sometió a la población de la mayoría de los países del mundo. En Venezuela,

además de dicha situación se unieron la crisis económica y política que el país ha vivido desde hace varios años haciendo que la ya perturbada economía se viera aun más afectada.

Los eventos sociales fueron suspendidos reduciendo el mercado de trabajo para las empresas relacionadas con el ramo de eventos especiales. Las fiestas escasearon o se convirtieron en reuniones muy privadas con muy pocos miembros. El proceso se expandió de forma tal que muchas empresas del ramo festivo se fueron a la quiebra o se redujeron en a un nivel mínimo de funcionamiento conservando una muy reducido número de trabajadores o despidiendo a la totalidad. Este proceso se sintió con más fuerza desde el tercer trimestre de 2020 y se extendió hasta el 3er trimestre de 2021, momento en el cual comenzó a darse un proceso de relajación de las restricciones de forma progresiva.

En 2022 se ha visto un resurgir económico postpandemia que ha generado una leve reactivación de los eventos especiales y festivos en el país. Ha comenzado a surgir demanda de los servicios de organización de eventos festivos, por tanto se plantea una situación de oportunidad de mercado para replantear negocios en el ámbito. Se puede decir que la situación actual del sector es de presencia de oportunidades coyunturales que permitirían un renacimiento del ramo de negocios festivos. Igualmente hay lo que se denomina el efecto de revancha, mucha gente ha comenzado a retomar actividades que fueron prohibidas totalmente y por tanto se está viendo interés por la celebración de eventos festivos con aglomeración de personas cosa que estaba prohibido totalmente hasta hace solo unos meses. Esto representa una ventaja comparativa para las empresas del sector.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo, enfoque y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicado toda vez que se propone una estrategia administrativa para una empresa en específico. Además los datos se recogerán en el campo por lo cual la investigación tiene carácter aplicativo en el lugar en el cual se desarrollan los hechos.

3.1.2 Enfoque y nivel de investigación

El estudio se enmarca en el enfoque cualitativo, que se basa en la descripción de las cualidades del objeto de estudio mediante técnicas observacionales y de registro de las experiencias de los principales informantes. Este enfoque permitirá obtener una idea más clara acerca de la realidad integral de la empresa seleccionada para el estudio y así comprender el origen de los problemas para promover un cambio operacional.

El nivel de la investigación es exploratorio pues se trata de realizar un diagnóstico en una empresa determinada y posterior a ello ofrecer una estrategia de desarrollo gerencial para la misma empresa (Rodríguez, Pineda, y Ochoa, 2014).

3.1.3 Diseño

El diseño que se ajusta esta investigación transversal no experimental porque recoge la información en un momento único y se manipulan variables en el estudio. “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede (Hernandez, Fernández, y Baptista, 2014).

3.2 Población y muestra

En el estudio se toma en cuenta la población como los integrantes de la empresa Dimas Decoraciones un total de 10 personas entre gerentes y trabajadores. La muestra será censal, es decir, se abarcará toda la población.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.3.1 La observación

Constituye la técnica expedita para recabar los datos, el investigador recopila los datos por sí mismo o por interpuesta persona o instrumento. Como técnica, observar no significa “ver” ni “mirar” (Rodríguez, Pineda, y Ochoa, 2014). Como indican los autores ésta técnica permite recolectar información , además de tener conocimiento claro, detallado y evidente de los sucesos que afectan directamente el desarrollo de actividades y procesos dentro de la organización, esto con el fin de tener una visión más amplia obteniendo fundamentos concretos para resolver el problema de investigación. Para ejecutar el proceso de observación se utilizará un diario de campo en el cual se anotarán por cada sesión de observación, aquellos aspectos claves observables en la dinámica de la empresa. Principalmente se tomará en cuenta las cualidades referentes a la infraestructura, situación del personal, organización de información, dinámica gerencial, estrategia de mercado y dinámica de atención al cliente.

3.3.2 Entrevista semi estructurada

Es una modalidad de la entrevista en la cual se diseña un guión de entrevista, pero el investigador adecúa las preguntas a la ideografía del entrevistado. Esta técnica permite al investigador obtener información de fuentes directas como lo son los miembros de la organización. Para la ejecución de ésta técnica se diseñará un guión de entrevista el cual se planteará a los entrevistados en forma de pregunta una vez se realice la misma. Las entrevistas podrán ser grabadas en audios o en vídeos para facilitar la transcripción de las respuestas de los informantes entrevistados.

3.3.3 FODA

Esta técnica se ha convertido en un referente importante para los estudios de situación empresarial. Consiste en resumir un cuadro dividido en cuatro segmentos, en el cual se anotan aquellas condiciones o cualidades de las empresas que puedan ser asumidas como: fortalezas, los elementos más positivos que se pueden aprovechar de forma inmediata; oportunidades, aquellos aspectos que posee la empresa no de forma tan inmediata pero que pueden ser explotados a futuro; debilidades, estos son aspectos negativos o carencias que tiene la organización; amenazas, consisten en elementos perniciosos que puedan generar situaciones muy negativa para la organización.

3.4 Técnicas de análisis de datos

Para el análisis de los datos se procederá a organizar la información mediante base de datos y obtener un balance general de la misma. Se utilizarán cuadro resumen, tablas y gráficos que describirán la información recabada. Se utilizarán técnicas de estadística descriptiva para la formulación del diagnóstico de la empresa.

En el caso de la información recabada mediante la técnica FODA se presentará una matriz de resumen de los aspectos identificados en cada criterio. Esta matriz permitirá obtener un balance detallado de la información obtenida sobre la empresa.

3.5 Validación

En el caso de la presente investigación se aplicará el criterio de validez de contenido por juicio de experto para el instrumento denominado entrevista semi estructurada. Se entregará un modelo del guión de la entrevista a los expertos consultados con el fin de validar la idoneidad de las preguntas o de los tópicos a tratar, de ésta forma se obtendrán observaciones objetivas sobre la utilidad de dicha técnica de investigación en el presente estudio.

CAPITULO IV

RESULTADOS DE DIAGNÓSTICO

En el presente capítulo se muestran los resultados del diagnóstico aplicado a la situación de la empresa Dimas Decoraciones. Se informa sobre los procesos de observación, entrevista y análisis de competencia de mercado de la empresa. Se hace énfasis en la situación gerencial de la misma.

4.1 Resultados de la observación

En este apartado se presentan los resultados del proceso de observación realizado en la empresa Dimas Decoraciones. Se muestra lo observado en la empresa durante un día de labor normal.

Tabla 1. Lista de chequeo observación de ambiente de trabajo

Ítem	SI	NO	Regular
Instalaciones adecuadas para el desempeño de la empresa	X		
Ambiente laboral dinámico		X	
Evidencias de reactivación			X
Se observan trabajadores realizando las tareas propias de la empresa			X
Suficiente mobiliario para las actividades la empresa	X		
Presencia de vehículos para el traslado de materiales y personal	X		
Se evidencian logos e iconografías de la empresa		X	
Hay presencia de clientes por ser atendidos		X	
Se observa un ambiente laboral cómodo		X	

Existe evidencia de plataforma de negocios virtual		X	
Se muestra una dinámica empresarial activa		X	

Fuente: Aguilar, 2023.

En el proceso de observación se pudo constatar que la empresa Dimas Decoraciones se encuentra en un proceso de reactivación lenta. Si bien no se observó una dinámica laboral activa, sí se evidenciaron algunos indicios de actividad reciente. Evidentemente la empresa necesita de un reimpulso. Se evidencia un potencial físico para apoyar una reactivación empresarial. Las instalaciones físicas y los activos de la empresa se muestran en condiciones de mantenimiento.

4.2 Análisis de entrevistas

Para obtener un balance sobre la perspectiva de los miembros de la empresa estudiada se ha procedido a realizar una entrevista no estructurada sobre las condiciones gerenciales de la empresa. Se ha dividido el análisis de las mismas en función de cada uno de sus ítems de acuerdo a las personas abordadas, resaltando las categorías que emergen del discurso de los informantes.

Situación actual de la empresa

Tabla 2. Situación actual de la empresa

Ítem 1: ¿Cómo define la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones?	
Sujeto	Categorías emergentes
1	Solidez. Futuro positivo
2	Crear en emprendimiento.
3	Ambiente Calmado y respetuoso
4	Empresa emprendedora. Cartera de clientes
5	En proceso de reactivación.

Fuente: Aguilar, 2023

En el caso de la situación actual de la empresa los informantes arrojaron categorías de respuestas que permiten describir que empresa presenta solidez y que tiene un futuro prometedor. Es una empresa emprendedora de nuevos retos y que está en proceso de reactivación. Igualmente se destaca que tiene una importante cartera de clientes. De acuerdo al clima laboral este se pudiera categorizar como calmado y respetuoso.

Mejoras gerenciales necesarias

Tabla 3. Mejoras gerenciales necesarias

Ítem 2: Exprese su opinión sobre las cosas que considera se deberían mejorar en materia gerencial en la empresa Dimas Decoraciones.	
Sujeto	Categorías emergentes
1	Capacitación del personal. Incentivos al personal.
2	Capacitación del personal.
3	Mejorar inventario. Mejorar comunicación.
4	Mejorar publicidad
5	Capacitación del personal. Tecnificar acciones gerenciales.

Fuente: Aguilar, 2023

De acuerdo a esta dimensión las respuestas de los sujetos entrevistados pueden orientar sobre las necesidades de cambio gerencial que presenta la empresa. Entre estas categorías que emergen se puede indicar que los trabajadores piensan que una de las primeras necesidades es que haya una mejor capacitación del personal para asumir nuevos retos y cambios. En segundo aspecto se considera que debe mejorarse la comunicación entre la gerencia y los trabajadores. En tercer lugar se hace énfasis en que debe haber una mejor estrategia publicitaria para la empresa. En un cuarto lugar se podría indicar que es importante mejorar el inventario con el que se cuenta para recursos de trabajo. En líneas generales se considera importante la capacitación tanto del personal de planta como el personal gerencial.

Ventajas competitivas de la empresa

Tabla 4. Ventajas Competitivas

Item 3: ¿Cuáles son los aspectos positivos o ventajas que considera usted que tiene la empresa Dimas Decoraciones en el mercado de eventos, a pesar de su situación actual?.	
Sujeto	Categorías emergentes
1	Servicio de calidad
2	Servicio personalizado
3	Enlace con sitios de eventos Servicio personalizado
4	Enlace con agencias de festejos
5	Estilo propio. Buena reputación. Enlace con sitios de eventos y agencias de festejos.

Fuente: Aguilar, 2023

De acuerdo a los trabajadores entrevistados se pueden señalar algunas categorías que definen las ventajas que la empresa tiene ante el mercado. Primeramente los trabajadores indican que la empresa tiene una gran ventaja y es su estilo propio, el cual es reconocido y valorado en el mercado de decoración de eventos. Esto implica una gran ventaja sobre otras empresas de la competencia. Igualmente los entrevistados señalan que la empresa cuenta con un servicio que es personalizado, es decir, que se adapta a las necesidades y gustos del cliente, esto implica que su oferta no es cerrada sino flexible. También se reconoce que el servicio que la empresa muestra es de calidad y de buena reputación. Otro gran aspecto positivo es que la empresa cuenta con enlace con importantes centros de eventos de la región carabobeña los cuales en muchos casos recomiendan a sus clientes la contratación específica de sus servicios.

Potencialidad 2.0

Tabla 5. Potencialidad 2.0

Ítem 4: ¿Qué beneficios cree usted que le proporcionaría a la empresa el ofrecer sus servicios en internet y las redes sociales?	
Sujeto	Categorías emergentes
1	Mayor alcance al público.
2	Mejor publicidad.
3	Mejor publicidad.
4	Mejor publicidad
5	Mejor publicidad Mayor capacidad de atención al público

Fuente: Aguilar, 2023

En el caso del potencial que la empresa puede tener con el uso de redes sociales y plataforma virtual se establece lo siguiente. Todos los entrevistados coinciden en que la adopción de una estrategia por redes sociales traería beneficios y una mejor publicidad para la empresa. De igual manera se facilitaría la forma de atención al público o potenciales clientes. En líneas generales los trabajadores consideran que es muy positivo el desarrollar estas capacidades 2.0.

Futuro de la empresa

Tabla 6. Futuro de la empresa

Ítem 5: ¿Cómo ve usted el futuro de la empresa Dimas Decoraciones y del mercado de eventos en la región carabobeña?	
Sujeto	Categorías emergentes
1	Positivo pues no tiene competencia.
2	Futuro de emprendimiento.
3	Futuro prometedor.
4	Futuro prometedor.
5	Futuro prometedor. Futuro de retos.

Fuente: Aguilar, 2023

De acuerdo a las opiniones de los trabajadores el futuro de la empresa es prometedor porque evidentemente cuenta con importantes ventajas competitivas. Sin embargo, es necesario crear una política de gerencia de tal nivel que permita aprovechar estas oportunidades.

4.3 Matriz de análisis FODA

A continuación se presentan los resultados del proceso de confrontación de informaciones en función de analizar la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones. Esto se realizó mediante la matriz de análisis FODA que resalta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización.

Tabla 7. Matriz FODA

FORTALEZAS.	OPORTUNIDADES
Prestigio de marca Estilo propio Experiencia en el mercado Recursos financieros Personal positivo	Reactivación económica Tentativas de inversión Anhelo por retorno al mercado por parte de viejos clientes
DEBILIDADES	AMENAZAS
Perdida de personal Gerencia deficiente Publicidad casi nula	Inestabilidad económica Alza de impuestos Irregularidad de servicio eléctrico en la sede

Fuente: Aguilar, 2023

Como se puede notar en la matriz FODA, se destaca una carga más evidente hacia los aspectos positivos como fortalezas y oportunidades. Con 5 aspectos como fortalezas y 4 de oportunidades, se evidencian 9 elementos a favor de la reactivación de la empresa. Por otro lado se evidenciaron algunos aspectos en contra

en número de 3 debilidades y 3 amenazas para un total de 6 aspectos no tan positivos. Se destacan algunos incontrolables por parte de los gerentes que son de orden macroeconómico como la inestabilidad de la economía, aspecto este que en Venezuela es una amenaza generalizada para toda actividad productiva que se plante en cualquier mercado.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

La propuesta que se presenta a continuación surge del proceso de análisis de la situación actual de la empresa DD. Se ha decidido hacer una propuesta de reestructuración de la misma basada en un proceso de modernización gerencial y de su modelo de negocios. Para ello se ha procedido a establecer unos objetivos estratégicos y estrategias de acción para la consecución de los objetivos trazados.

5.1. Reformulación de los principios fundamentales de la empresa y su portafolio de servicios.

La empresa Dimas Decoraciones ha sido por más de tres décadas una empresa familiar enfocada en el ámbito de la decoración de eventos. Su principal valor institucional ha sido siempre el sello distintivo del estilo de decoración implantado por su fundador Dimas Aguilar. Con la desaparición física de dicho genio creativo la empresa de un salto adelante para mantener su legado. Se apoya en el estilo creativo aprendido durante más de dos décadas por sus trabajadores y en la actualidad lanza un agresivo plan de reformulación empresarial. El objetivo es reposicionarse como empresa líder en la decoración de eventos en la región carabobeña y ampliar su portafolio de servicios abarcando la organización general de eventos. Dimas Decoraciones seguirá siendo la más importante empresa de servicio de decoración pero también ofrecerá sus servicios como organizador de eventos aprovechando la amplia experiencia en los mejores eventos realizados en Valencia en los últimos años.

Misión

Dimas Decoraciones es una empresa líder en decoración y organización de eventos que marca pauta en el mercado festivo carabobeño de alto nivel, contando con una gran experiencia en el área y destacándose por su estilo adaptativo a las necesidades del cliente, así como, por sus calidad, responsabilidad y versatilidad en los servicios prestados.

Visión

Dimas Decoraciones se convertirá en los próximos años ampliará en los próximo 5 años su posicionamiento como una empresa líder en la organización de eventos en toda la región central del país, dando a conocer su nombre en la esfera festiva a nivel nacional.

Valores

Creatividad: La empresa se destaca por su amplio genio creativo y estilo adaptativo a las necesidades del cliente, de esta forma somos capaces de convertir los sueños de nuestros clientes en una realidad expresada en un ambiente decorado y organizado a la perfección.

Liderazgo: Contamos con capacidad de convocatoria de equipos de trabajo logrando la participación efectiva de los integrantes en la sostenibilidad de los proyectos propuestos, facilidad de hacer que los demás se exijan y comprometan en pro de un objetivo común.

Integridad: Sustentamos la coherencia entre lo que se dice, se piensa y se hace; de acuerdo a los valores éticos que han acompañado a la empresa desde su fundación.

Flexibilidad: Integramos nuestras fortalezas (sólida confianza con Clientes y Proveedores, inmejorables relaciones personales a nivel de los negocios) con la flexibilidad y el dinamismo imprescindibles para adaptarse a mercados cada vez más cambiantes.

Eficiencia: La organización se propone cada vez más en la eficiencia de sus servicios los cuales se hacen para que cumplan sus funciones en el marco de las celebraciones festivas y eventos del ámbito social en general.

Política de calidad

El ideal de la empresa es prestar servicio de la mayor calidad. Se cuenta con proveedores de las mejores marcas de la región y del país para los materiales que se utilizan en los decorados. Floristería de primer nivel, mantelería de gran calidad y elegancia, decorados con materiales realistas y consistentes, la mejor gama de colores y aromas que harán del recinto donde se lleva a cabo el evento en un lugar de ensueño.

Mapa de procesos

Se presenta a continuación el mapa de proceso de Dimas Decoraciones en el mismo se allí se refleja el modo de operar en la organización, desde el momento de atención de cliente hasta su final satisfacción con un servicio prestado de calidad.

Figura 1. Diagrama de procesos

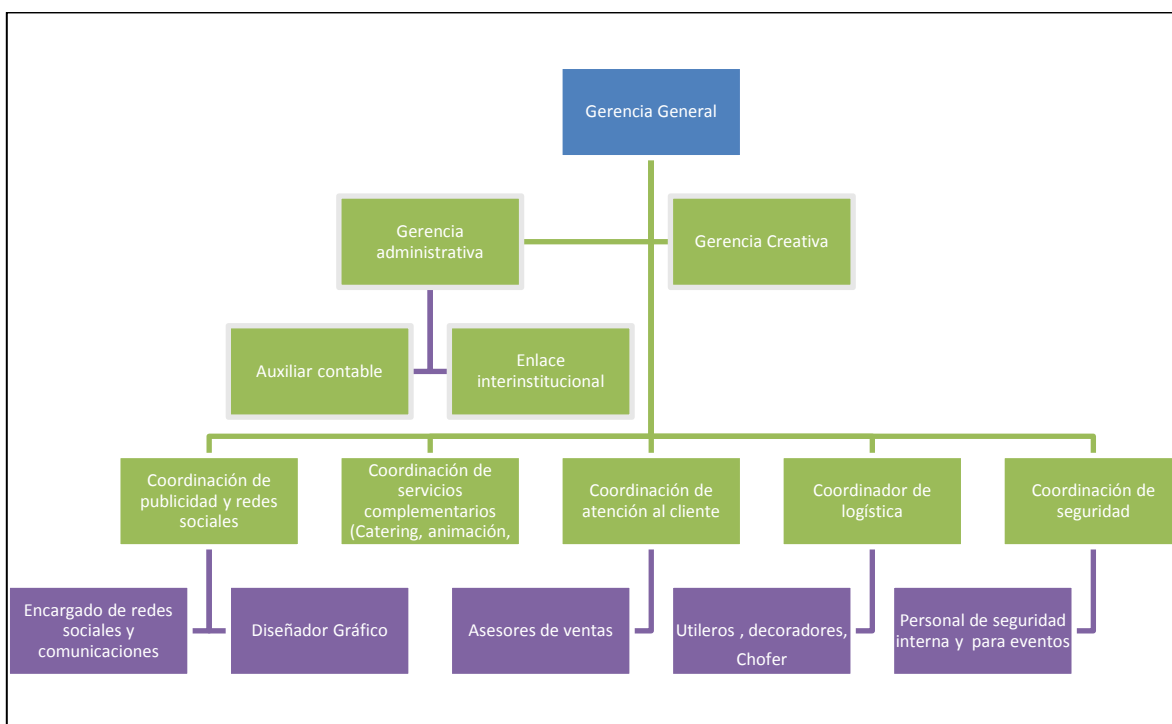


En la figura 1 se muestra el diagrama de procesos bajo el cual funcionará la empresa. Principalmente todo se basa en una gerencia estratégica que será vigilante en todo momento del proceso de gestión del servicio. Primeramente se captan las necesidades del clientes, luego se procede al proceso creativo del diseño y planificación del evento, se presenta al cliente junto con el debido presupuesto financiero, luego bajo la contratación se ejecuta lo planificado teniendo como meta la satisfacción del cliente. En todo momento está presente como elemento de transversalidad la vigilancia la gestión para asegurar su calidad, los responsables directos serán los gerentes correspondientes.

Organigrama

Para evidenciar los roles que serán desarrollados dentro de la organización se propone el siguiente organigrama para que formalice la estructura de mando de la empresa Dimas Decoraciones. Además del organigrama se anexa un resumen de funciones generales que deben cumplir cada uno de los cargos y puestos asignados en el el sistema.

Figura 2. Organigrama de Dimas Decoraciones



Fuente: autor, 2023.

Distribución de funciones

En el organigrama se establece una serie de cargos y puestos que implican funciones o roles a cumplir dentro de la organización. En la siguiente tabla se muestra una distribución general de funciones de acuerdo a cada cargo.

Tabla 8. Distribución de funciones

Dependencia	Encargado	Funciones generales
Gerencia General	Gerente General	Presidir las acciones gerenciales de toda la empresa. Coordina los proceso de planificación estratégica para el funcionamiento general de la empresa. Es la primera autoridad a cargo. Autoriza el uso de fondos financieros.
Gerencia Creativa	Gerente creativo	Diseñar el proceso de ideas y estilos de decoración y organización ofrecidos por la empresa. Es de vital importancia pues el servicio prestado tiene mucho que ver con la calidad creativa. Debe estar formado de acuerdo al estilo creativo distintivo de la empresa. Emite directrices de orden estético creativo para cada evento contratado.
Gerencia administrativa	Gerente administrativo	Controlar los procesos de orden administrativo, financiero y laboral. Coordinación de aspectos formales, permisos, licencias y contratos realizados por la empresa. Igualmente se encarga de coordinar el presupuesto general de la empresa. Atención a proveedores.
Recursos humanos	Coordinador jurídico y de recursos humanos	Coordinar los proceso relacionados con el personal de la empresa, contrataciones externas y contrato de servicios con el cliente.
Auxiliar contable	Auxiliar contable	Llevar la contabilidad de la empresa. Presidir las reuniones de la junta directiva.
Coordinación de comunicaciones, publicidad y redes sociales.	Coordinador de comunicaciones, publicidad y redes sociales	Coordinar la política comunicacional de la empresa, la publicidad y el manejo de redes sociales. Coordinar el servicio de fotografía y grabaciones audiovisuales de eventos. Responsable de los equipos audiovisuales y multimedia. Coordinar contratación de servicios audiovisuales externos.
Encargado de redes sociales	Comunity manger	Se encarga del control de las redes sociales de la comunidad y la plataforma 2.0
Diseñador Gráfico	Diseñador	Diseñar logotipos , impresiones y estilos de la empresa y de los eventos contratados.
Coordinación de servicios complementarios	Coordinador de servicios complementarios	Coordinar la planificación, propuesta y ejecución de servicios de catering y animación cuando estos sean contratados por parte de los

		clientes. Coordina enlaces y contrataciones externas de los servicios correspondientes.
Coordinación de atención al cliente	Coordinador de atención al cliente	Atender los requerimientos de los clientes y ofrecer los servicios para la captación de nuevos clientes.
Asesorías de ventas y servicios.	Asesores de venta y servicios	Se encargarán de atender a los clientes captados y asistir al coordinador de atención al cliente. Comunicar decisiones y acciones con los clientes.
Coordinación de logística	Coordinador logístico	Coordinar el proceso de organización, traslados y montajes de los equipos y materiales necesarios en las locaciones de evento. Transporte de personal.
Utileros, decoradores y chofer	Personal general	Este personal se encargará del almacenaje, cargado, traslado, montaje y desmontaje de los materiales y diseños creados para los eventos. Igualmente se encargan de la manipulación y traslado de equipos.
Coordinación de seguridad	Coordinador de seguridad	Se encarga de la seguridad de la empresa, y su personal en horario de trabajo. Coordina el servicio de seguridad de eventos.

Fuente: Aguilar, 2023

5.2. Objetivos estratégicos

Primer objetivo estratégico

Redefinir los principios fundamentales de la empresa y su portafolio de servicios. En este caso se plantean cambios relacionados con la definición de la empresa, ampliando sus objetivos empresariales y otorgando un norte institucional nuevo, adaptado a nuevos tiempos. De igual forma establecer los nuevos servicios que se prestarán y la oferta de servicio a crear.

Segundo objetivo estratégico

Rediseñar la estructura gerencial de la empresa con el fin de adaptarla a una estructura más organizada y eficiente. Este objetivo está dirigido a crear una nueva estructura organizativa de cargos y funciones buscando como fin que la gerencia sea más eficiente.

Tercer objetivo estratégico

Establecer una estrategia de capacitación del personal de la empresa. En este caso se plantea el fortalecer el recurso humano que si bien tiene conocimientos adquiridos con la

experiencia en el área es importante capacitarlo más pues es una de las necesidades mostradas por el personal en el diagnóstico.

Cuarto objetivo estratégico

Definir una estrategia de impulso de marca y del servicio por medio de la estrategia 2.0. Este objetivo tiene como fin el reimpulsar la marca por medio de plataforma virtual, creando un sistema de promoción de marca y de atención al público que esté adaptado a las condiciones emergentes del mercado virtual.

Quinto objetivo estratégico

Posicionar a Dimas Decoraciones nuevamente como empresa líder en los servicio de decoración y organización de eventos en la región carabobeña con la realización de dos eventos de importancia semanal para el segundo semestre del año 2023.

Plan de acción

Para alcanzar los objetivos estratégicos, es necesario establecer una serie de estrategias y de acciones que deben ejecutarse. A continuación, se presentarán estas estrategias y planes de acción, por cada uno de los cuatro (4) objetivos estratégicos formulados en este proyecto.

Tabla 9. Objetivo Estratégico 1

Objetivo	Estrategia	Acciones
Reformular los principios fundamentales de la empresa y su portafolio de servicios.	Definir el modelo de negocio de la empresa con una nueva misión, visión y metas.	Definir el nuevo modelo de negocio Establecer la misión, visión y metas a largo plazo.
	Crear nuevos servicios y productos	Redefinir el servicio de decoración. Desarrollar servicio de ambientación general (Sonido, iluminación especial, fotografía, video y animación). Ofrecer un servicio personalizado de asesoría de evento para los clientes. Desarrollar el servicio de catering mediante gestión de aliados. Oferta de servicio de seguridad de eventos y protocolo.

Fuente: autor, 2023.

Tabla 10 .Objetivo Estratégico 2

Objetivo	Estrategia	Acción
Rediseñar la estructura gerencial de la empresa con el fin de adaptarla a una estructura más organizada y eficiente.	Establecer la organización operativa de la empresa	Definir un organigrama Establecer funciones de los cargos gerenciales y del personal
	Crear una estrategia de control gerencial	Imponer un protocolo para la toma de decisiones. Crear un sistema de registro de acciones gerenciales.

Fuente: Aguilar, 2023

Tabla 11. Objetivo estratégico 3

Objetivo	Estrategia	Acción
Establecer una estrategia de capacitación del personal de la empresa.	Capacitar al personal de la empresa	Gestionar cursos de formación en atención al público. Gestionar capacitación en floristería. Gestionar capacitación en protocolo. Gestionar capacitación en seguridad de eventos. Gestionar capacitación en seguridad laboral
	Contratación de personal capacitado	Establecer un banco de currículos personal potencial. Establecer enlace con otras empresas para reconocimiento de referencias laborales.

Fuente: Aguilar, 2023

Tabla 12. Objetivo estratégico 4

Objetivo	Estrategia	Acción
Definir una estrategia de impulso de marca y del servicio por medio de la estrategia 2.0	Crear una estrategia de comunicación y publicidad.	Impulso de estrategia social media (Facebook, Instagram, YouTube, Google). Crear una página web para la empresa. Diseño de una estrategia de publicidad impresa en revistas de eventos y decoración del país. Establecer canales de atención por Whatsapp y Telegram
	Fortalecer imagen corporativa	Diseño de nuevo logotipo, slogan, colores, tipografía, imágenes y elementos gráficos. Dotar a los trabajadores con uniformes alusivos a la marca de la empresa. Imprimir el logotipo de la empresa en el mobiliario, activos y en imágenes o videos colgados en las redes

Fuente: Aguilar, 2023

Tabla 13. Objetivo estratégico 5

Objetivo	Estrategia	Acción
Posicionar a Dimas Decoraciones nuevamente como empresa líder en los servicios de decoración y organización de eventos en la región carabobeña con la realización de dos eventos de importancia semanal para el segundo semestre del año 2023.	Reactivar enlaces de negocios	Reactivación de enlaces institucionales con salones de eventos de la región carabobeña. Creación de acuerdos de asociación con empresas relacionadas con servicios de eventos festivos.
	Poner en operación el modelo de negocios	Activación de las estrategias de publicidad y mercadeo en los primeros seis meses de 2023. Captación de cuentas de organización de eventos al ritmo de tres (03) eventos por cada fin de semana para el segundo semestre de 2023.

Fuente: Aguilar, 2023

5.3. Planes operativos específicos

En este apartado se muestran los planes operativos estratégico de cada una de las estrategias pautadas por cada objetivo estratégico empresarial. En el mismo se incluyen las tareas a realizar, los responsables y los costos estimados y ganancias respectivas esperadas para cada una de las acciones.

Tabla 14. Operatividad objetivo estratégico 1

Objetivo estratégico 1	Reformular los principios fundamentales de la empresa y su portafolio de servicios.					
Estrategia 1	Definir el modelo de negocio de la empresa con una nueva misión, visión y metas.					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Definir el nuevo modelo de negocio	Política de empresa y diagrama de procesos	Diseño de plan de política de negocio de la empresa	Gerente general Gerente creativo Gerente administrativo	No aplica	No aplica	Enero 2023
Establecer la misión, visión y metas a largo plazo.	Misión, Visión, metas y objetivos estratégicos	Diseño de misión, metas y objetivos estratégicos	Gerente general Gerente creativo Gerente administrativo	No aplica	No aplica	Enero 2023
Estrategia 2	Crear nuevos servicios y productos					
Acción	Indicador	Meta	Responsab	Presupuest	Frecuencia /	Fecha

			le	o	observación	ejecución
Redefinir el servicio de decoración.	Catálogo de estilos de decoración de acuerdo a eventos	Catálogo virtual con imágenes e infografía sobre los estilos de decoración empleados como modelo en la empresa.	Gerente Creativo Coordinador de publicidad	No aplica	Se realizará con base en banco de fotografías e imágenes de eventos previos	Enero – Febrero 2023
Desarrollar servicio de ambientación general (Sonido, iluminación especial, fotografía, video y animación).	Oferta de paquetes de servicios de sonido, iluminación especial, fotografía, video y animación.	2 paquetes de servicio de video y fotografía (medio y premium) 2 paquetes de iluminación especial (infantil y formal) 1 paquete de servicio de sonido. Ofrecer servicio de animación infantil , para adultos y maestro de ceremonia.	Gerente Creativo. Coordinador de publicidad	200\$ 500\$ 400\$ 300\$	Los montos representan estimados de costos de los servicios que deberán ser subcontratados con aliados comerciales en cada ramo	Enero – febrero 2023
Servicio personalizado de asesoría de evento para los clientes.	Asesoría personalizada de clientes	1 asesor personalizado por cada 2 eventos.	Gerente creativo Coordinador de atención al cliente	No aplica		Febrero - 2023
Servicio de catering mediante gestión de aliados.	Cantidad servicios catering ofertados	Catálogo de repostería. Catálogo de platos fuertes (8 a 10 variedades) Catálogo de variedades de entremeses (10-15 variedades) Catálogo de bebidas y cócteles.	Gerente Creativo Gerente Administrativo Coordinación de servicios complementarios	500\$ 500\$ 500\$ 500\$	Los montos implican los gastos para la confección de los catálogos mencionados	Febrero – marzo 2023

Servicio de seguridad de eventos y protocolo.	Servicio de seguridad y protocolo	Plan estratégico para seguridad de eventos. Contratación de servicio de protocolo con aliado empresarial	Gerente Administrativo Coordinador de servicios complementarios Coordinador de seguridad	100\$ 300-600\$	El primer monto se refiere al costo del plan estratégico. El segundo monto trata sobre los costos mínimo y máximo del servicio de protocolo a subcontratar.	Febrero – marzo de 2023
---	-----------------------------------	--	--	------------------------	--	-------------------------

Fuente: autor, 2023.

Tabla 15. Operativa objetivo estratégico 2

Objetivo estratégico 2	Rediseñar la estructura gerencial de la empresa con el fin de adaptarla a una estructura					
Estrategia 1	Establecer la organización operativa de la empresa					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Definir un organigrama	Estructura de cargos organizada	Fijar una estructura empresarial formal	Gerente General Gerente administrativo	No aplica		Enero 2023
Establecer funciones de los cargos gerenciales y del personal	Reglamento de cargos y funciones de la empresa.	Establecer el orden de funciones y roles empresariales	Gerente General Gerente administrativo.	No aplica		Enero 2023
Estrategia 2	Crear una estrategia de control gerencial					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Imponer un protocolo para la toma de decisiones.	Protocolo de toma de decisiones. Junta directiva	Poner en práctica el protocolo para toma de decisiones	Gerente general Gerente administrativo Gerente creativo	No aplica		Febrero 2023
Crear un sistema de registro de acciones	Libro de actas De junta directiva	Registrar las decisiones tomadas en el seno de la	Gerente general Gerente administrativo	No aplica		Enero 2023

gerenciales.		junta directiva	vo Gerente creativo			
--------------	--	-----------------	---------------------	--	--	--

Fuente: Aguilar, 2023

Tabla 16. Operativa objetivo estratégico 3

Objetivo estratégico 3	Establecer una estrategia de capacitación del personal de la empresa.					
Estrategia 1	Capacitar al personal de la empresa					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Formación en atención al público	Todos los trabajadores capacitados en atención al público.	Contratación y ejecución de servicio de capacitación en atención al cliente.	Gerente Administrativo Coordinador de atención al cliente	1000\$	El monto representa el costo anual estimado en capacitación en el área	Abril 2023
Capacitación en floristería	5 trabajadores con capacitación en floristería decorativa	Crear y ejecutar un curso interno de capacitación en floristería decorativa	Gerente creativo Coordinador logístico	500\$	El monto representa el gasto anual en capacitación en el área.	Abril 2023
Capacitación en protocolo	Todo el personal con capacitación básica en protocolo de eventos festivos.	Contratación y ejecución de servicio de capacitación básica de protocolo de eventos festivo.	Gerente creativo Coordinador de servicios complementarios	500\$	Monto máximo a invertir en el año.	Mayo 2023
Capacitación en seguridad de eventos	5 personas capacitadas en dirección de seguridad de eventos	Contratación y ejecución de servicio de capacitación de seguridad de eventos	Gerente General Coordinador de seguridad	800\$	Monto a invertir al año en el área	Marzo-abril 2023
Capacitación en seguridad laboral	Todos los trabajadores	Gestionar con INPSASEL capacitación en seguridad laboral	Coordinador de seguridad	400\$	Monto a invertir en el área al año	Abril 2023

Estrategia 2		Contratación de personal capacitado				
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Establecer un banco de currículos personal potencial	Banco de currículos de personal contratable	Tener como resguardo el banco de currículos para la eventual contratación de personal y crear una reserva de asistentes	Gerente administrativo Coordinador de recursos humanos	100\$	Costo de creación del banco de currículos	A partir de abril 2023
Establecer enlace con otras empresas para reconocimiento de referencias laborales.	Base de datos de contactos con otras empresas del ámbito festivo para la confirmación de referencias laborales	Contar con un sistema fiable de corroboración de referencias laborales	Gerente administrativo Coordinador de recursos humanos	No aplica		A partir de abril de 2023

Fuente: Aguilar, 2023

Tabla 17. Operativa objetivo estratégico 4

Objetivo estratégico 4	Definir una estrategia de impulso de marca y del servicio por medio de la estrategia 2.0					
Estrategia 1	Crear una estrategia de comunicación y publicidad.					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Impulso de estrategia social media (Facebook, Instagram, YouTube, Google).	Cantidad de contenidos digitales en redes por mes. Cantidad de seguidores nuevos en redes	10 Nuevos contenidos 50 Seguidores mensuales en Facebook 40 Seguidores mensuales en Instagram	Coordinación de publicidad y redes sociales Encargado de redes sociales y comunicaciones	400\$	Costo mensual	Abril 2023

Crear una página web para la empresa.	Número de Páginas web creadas y en funcionamiento Número de visitas por mes en la página	Página web en funcionamiento 60 Interacciones nuevas al mes	Coordinación de publicidad y redes sociales Encargado de redes sociales y comunicaciones	600\$	En este costo se incurre solo una vez, al inicio del proyecto. Se destina un presupuesto para contenidos mensuales y manejo de la página que son tenidos en cuenta en el rubro anterior. Servicio subcontratado.	Marzo 2023
Diseño de una estrategia de publicidad impresa en revistas de eventos y decoración del país.	Cantidad de campañas impresas anuales	4 Campañas trimestralmente	Coordinación de publicidad y redes sociales Encargado de redes sociales y comunicaciones	300\$	Monto máximo a invertir al año en esta área	
Establecer canales de atención por Whatsapp y Telegram	Cantidad de interacciones diarias. Cantidad de visualizaciones de estados diarios	10 interacciones diarias. 100 visualizaciones diarias	Coordinación de publicidad y redes sociales Encargado de redes sociales y comunicaciones	200\$	Costo de impulso de publicidad en aplicación de mensajería	Marzo 2023
Estrategia 2	Fortalecer imagen corporativa					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Diseño de nuevo logotipo, slogan,	Logotipo de marca Slogan de marca Carta de colores de marca.	1 logotipo nuevo. 1 slogan nuevo.	Coordinación de publicidad y redes sociales		Costo único	Febrero-

colores, tipografía, imágenes y elementos gráficos.	Galería de iconos de marca	1 Carta de colores de marca Galería con por lo menos 20 imágenes ícono de la marca	Encargado de redes sociales y comunicaciones Diseñador gráfico	300\$		marzo, 2023
Dotar a los trabajadores con uniformes alusivos a la marca de la empresa.	Uniforme de empresa con nuevo logo	100% de los trabajadores uniformados	Gerente administrativo Diseñador gráfico	1500\$	Monto máximo a invertir en uniformes	Abril 2023
Imprimir el logotipo de la empresa en el mobiliario, activos y en imágenes o videos colgados en las redes.	Total activos impresos con logotipo	100% de los activos identificados con nuevo logo de la empresa	Gerente administrativo Diseñador gráfico	800\$	Monto máximo a invertir	Abril 2023

Fuente: Aguilar, 2023

Tabla 18. Operativa objetivo estratégico 5

Objetivo estratégico 5	Posicionar a Dimas Decoraciones nuevamente como empresa líder en los servicios de decoración y organización de eventos en la región carabobeña con la realización de dos eventos de importancia semanal para el segundo semestre del año 2023.					
Estrategia 1	Reactivar enlaces de negocios					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Reactivación de enlaces institucional	Reuniones con	10 enlaces establecido	Gerente General	400\$	Máximo a invertir en	Marzo

es con salones de eventos de la región carabobeña.	directivos de salones de evento de la región carabobeña	s antes de mitad de año			reuniones sociales	– mayo 2023
Creación de acuerdos de asociación con empresas relacionadas con servicios de eventos festivos.	Acuerdos de formales para servicios alternativos de eventos	5 acuerdos para la gestión de servicios alternativos con aliados comerciales	Gerente General	400\$	Máximo a invertir en reuniones sociales	Marzo – mayo 2023
Estrategia 2	Poner en operación el modelo de negocios					
Acción	Indicador	Meta	Responsable	Presupuesto	Frecuencia / observación	Fecha ejecución
Activación de las estrategias de publicidad y mercadeo en los primeros seis meses de 2023.	Todas las estrategias de publicidad funcionando	Estrategias de publicidad activas en 100% para junio 2023	Gerente General Coordinador de publicidad y redes sociales	No aplica		Junio 2023
Captación de cuentas de organización de eventos al ritmo de tres (03) eventos por cada fin de semana para	Eventos de alto nivel contratados	Tres (03) eventos de alto nivel contratados por fin de semana.	Gerente General Gerente administrativo	No aplica		Junio 2023

el segundo semestre de 2023.						
------------------------------	--	--	--	--	--	--

Fuente: Aguilar, 2023

5.4. Factibilidad de la propuesta

La factibilidad de la propuesta de gestión gerencial basada en un modelo 2.0 para la empresa Dimas Decoraciones, se realizó mediante la consideración de criterios técnicos, operativos y económicos. Los mismos representan aquellos aspectos que facilitan la implementación del proyecto

Factibilidad Técnica

La empresa Dimas Decoraciones cuenta con una instalación sede ubicada en un municipio Naguanagua del estado Carabobo. Que cumple con requerimientos técnicos necesarios para el proceso de reformulación propuesto. Se especifican a continuación algunos aspectos técnicos clave.

En relación al espacio físico cuenta con un galpón de 759 metros cuadrados en el cual se cuenta con un almacén, dos oficinas, un estacionamiento para 3 vehículos, zona de trabajo con mesas y accesorios de trabajo. Hay un área para la atención al cliente. Se cuenta con baños para trabajadores y clientes. De igual forma hay un área para cocina y comedor. Con respecto a los factores de servicios se cuenta con servicio eléctrico el cual funciona con mediana regularidad. Ante eventualidades se cuenta con una planta eléctrica. El servicio de agua es regular, para suplir las faltas hay un tanque de 1000 litros de agua con una bomba de agua instalada. En el caso del servicio de internet se cuenta con dos conexiones a internet una de servicio público de la empresa CANTV la cual funciona de forma irregular, la otra una empresa privada por medio de fibra óptica con un funcionamiento óptimo, de igual forma hay servicio de WIFI interno en la empresa.

Se cuenta con herramientas suficientes para la ejecución de las tareas relacionadas con la decoración de eventos festivos. Suficiente cantidad de reservas de materiales y sitios de almacenaje de floristería que es el material más delicado en el trabajo ejecutado.

Para las labores administrativas se cuenta con una oficina con mobiliario acorde. Una (01) fotocopiadora, una (01) impresora a color, tres (03) computadoras y dos (02) teléfonos fijos. De igual forma se cuenta con un (01) teléfono celular exclusivo para manejo de redes sociales.

Factibilidad Operativa

En el caso de la empresa Dimas Decoraciones, se cuenta con aspectos a favor de la puesta en operatividad los elementos planteados. Se cuenta con espacio físico, personal capacitado, y con formalidad legal para su funcionamiento. La propuesta no altera en gran medida las condiciones operativas de la empresa, por el contrario su puesta en marcha podrá facilitar la reactivación de los activos empresariales que se encuentran en uso pero con ritmo lento.

Factibilidad económica

La empresa cuenta con recursos para la puesta en marcha del plan operativo. De igual forma se cuenta con aliados financieros dispuestos a invertir en la empresa una vez se tenga concretada la propuesta de acción. La propuesta plantea una inversión general de 12.600 dólares americanos. La empresa cuenta al momento con el 55% de los recursos y con preacuerdos de financiamiento de 20% y inversión de 25% de nuevos socios. La proyección de producción total neta para finales de 2023 es de 54.000 dólares lo cual respresenta un porcentaje de ganancia en el último semestre de 2023 de 328,76%. Tales proyecciones permitirían recuperar la inversión y cubrir las obligaciones laborales, crediticias y tributarias.

CONCLUSIONES

La empresa Dimas Decoraciones representa una organización líder en el mercado carabobeño de decoración de eventos. Tiene una reputación conocida y en el seno de la organización de eventos festivos es una marca reconocida. Su éxito se debe a un estilo adaptativo basado en cumplir en la realidad con los deseos que expresan sus clientes convirtiendo en realidad los sueños en la ambientación de un evento festivo.

La situación actual de la empresa Dimas Decoraciones es en proceso de reestructuración producto de la desaparición física de su genio fundador Dimas Aguilar, unido a esto la crisis económica nacional ha visto disminuido el ámbito de organización de eventos en la región carabobeña. La empresa ha perdido contrataciones, sin embargo, aun sigue contando con buenas referencias ante los entendidos del mercado de eventos.

La empresa cuenta con un personal capacitado en el área que demuestra actitud positiva ante la recuperación de la empresa. La mayoría de los trabajadores que conforman un grupo de diez, se muestran positivos ante el proceso de reactivación de las actividades comerciales de la empresa y están dispuestos a trabajar a favor de su desarrollo.

Existen inversores interesados en aprovechar los beneficios de la marca. En el ámbito de festejos en Carabobo hay empresarios interesados en asociarse con la empresa para dar un nuevo giro a la misma y recuperar su capacidad productiva. Plantean una ampliación de los servicios prestados con el fin de aumentar los beneficios y asociarse con otras empresas de la región.

La estrategia de negocios de la empresa es limitada y su divulgación no es muy amplia. Con la propuesta centrada en un modelo de negocios 2.0 la empresa tiene el potencial de aumentar su participación en el mercado y progresar ante la competencia.

Existen aspectos positivos que favorecen la implementación de la estrategia de negocios 2.0 que pondrían en el mercado nuevamente a Dimas Decoraciones.

Se cuentan con elementos técnicos, operativos y financieros suficientes para relanzar la empresa Dimas Decoraciones.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en práctica la propuesta de negocio 2.0 en la empresa Dimas Decoraciones con el fin de relanzar sus servicios.
- Las instituciones educativas de la región deben considerar crear carreras de formación en organización de eventos para así capacitar mejor al personal destinatario de este tipo de empresas de servicio.
- Le mercado de insumos para la organización de eventos está centrado en la ciudad de Caracas, sería importante que la cámara de comercio de Valencia promueva distribución de éste tipo de negocios en la región.
- Se recomienda a los socios de la empresa Dimas Decoraciones mantener una política de innovación con el fin de hacer crecer la marca en el mercado nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarico, C. (2006). Gerencia de eventos especiales. Venezuela. Editorial Panapo
- Cabeza, M., & Gahona, D. (2019). Plan de marketing 2.0 para impulsar las ventas en franquicia de alimentos: Marketing 2.0 plan to drive food franchise sales. *Maya-Revista de Administración y Turismo*, 1(1), 13-21.
- Cabeza, M., & Gahona, D. (2019). Plan de marketing 2.0 para impulsar las ventas en franquicia de alimentos: Marketing 2.0 plan to drive food franchise sales. *Maya-Revista de Administración y Turismo*, 1(1), 13-21.
- Castillo, A y Mendez, J (2021) Marketing digital como promoción de la posada Casa Mori, Choróní, estado Aragua. Venezuela. Trabajo de grado para optar al título de licenciado en administración de empresas turísticas. Universidad Nueva Esparta Venezuela. <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/handle/123456789/3434>
- Constantinides, E. y Fountain, S.J. (2018). Web 2.0: Fundamentos conceptuales y marketing problemas. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231–244.
- De Marchena, E. (2005). Eventos universitarios y sociales: Gerencia, Ceremoniales y Protocolo. Venezuela. Ediciones “Z”.
- Farfán, C y Pelekais, C (2014) La gerencia de eventos desde una perspectiva de la planificación estratégica en las universidades privadas del Municipio Maracaibo. En línea: <http://ojs.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/1707/3823>
- Fleitman, J. (2002). Eventos y exposiciones. Una organización exitosa. México. McGraw-Hill Interamericana.
- Fuente, O. (01 de Enero de 2019). Qué es el Marketing Digital: Definición, estrategias y evolución. Obtenido de ieb school: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital/>
- Goldblatt, J. (2003). Administración de eventos en las relaciones públicas. España. Editorial Fontanella.

- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Metodología de la Investigación. México: MC Graw -Hill.
- Morillo, M. (2017) Turismo de eventos: alternativa de diversificación de la oferta turística del estado Mérida, Venezuela
- Oviedo Carrillo, J. E., & Patiño Trujillo, O. I. (2019). Diseño del plan estratégico para la empresa Fiestotas decoración de eventos del municipio de Zarzal, Valle del Cauca.
- Pérez, W y Niño, D (2010). Plan estratégico para mejorar la cultura organizacional en empresas dedicadas a la organización de eventos especiales. caso: quinta La Victoria c.a Valencia, estado Carabobo.
- Richero, A. (2003). Eventos. Guía práctica para su planeación y ejecución. México. Editorial Trillas.
- Rodríguez, Y., Pineda, M., & Ochoa, N. (2010). La experiencia de Investigar. Valencia - Venezuela: Universidad de Carabobo
- SomoIBeroamerica (2021) La pandemia de la COVID-19 deja a la cultura en números rojos. <https://www.somosiberoamerica.org/temas/covid-19/la-pandemia-dejo-a-la-cultura-en-numeros-rojos/>
- Uzcategui, B. (2021) Plan de social media marketing para el proceso de ventas en la organización “Productos Mariela’s. Trabajo de grado para optar al título de magister en administración de empresas. Universidad Valle del Momboy. Trujillo, Venezuela.
- Zambrano Jiménez, J. A. Plan estratégico 2022–2025, para la empresa Open the Box.
- Zevallos Crisanto, Y. D. (2016). Diseño de un plan de negocios para crear una empresa de decoración de eventos. <http://hdl.handle.net/11634/37669>

ANEXOS

ANEXO 1. Cuestionario



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista abierta

Favor responder las preguntas que se presentan a continuación. Escuche atentamente las preguntas y emita la respuesta correspondiente a su opinión.

PREGUNTAS ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

1. **¿Cómo define la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones?**

2. **Expresar su opinión sobre las cosas que considera se deberían mejorar en materia gerencial en la empresa Dimas Decoraciones.**

- 3. ¿Cuáles son los aspectos positivos o ventajas que considera usted que tiene la empresa Dimas Decoraciones en el mercado de eventos, a pesar de su situación actual?**

- 4. ¿Qué beneficios cree usted que le proporcionaría a la empresa el ofrecer sus servicios en internet y las redes sociales?**

- 5. ¿Cómo ve usted el futuro de la empresa Dimas Decoraciones y del mercado de eventos en la región carabobeña?**

ANEXO B: MUESTRARIO DE ESTILOS DECORATIVOS













ANEXO C: RESPUESTAS DE ENTREVISTAS

Entrevistado 1:

Fecha: 12/01/2023

Entrevistador: Adela Aguilar

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cómo define la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones?	Esta empresa es sólida y con mucho futuro ya que incursiona en todo el ámbito que es la magia de los sueños y de decoración.
Expresar su opinión sobre las cosas que considera se deberían mejorar en materia gerencial en la empresa Dimas Decoraciones.	En la parte gerencial una de las cosas que debe mejorar es con respecto al personal que labora dentro de la empresa, ellos son los forjadores y apoyo de la misma.
¿Cuáles son los aspectos positivos o ventajas que considera usted que tiene la empresa Dimas Decoraciones en el mercado de eventos, a pesar de su situación actual?	A pesar de la situación y además de que existen en el mercado competencia, es mantener un buen servicio de calidad, responsabilidad y puntualidad. Y actualizar para ofrecer un buen servicio siempre pensando en el gusto del cliente.
¿Qué beneficios cree usted que le proporcionaría a la empresa el ofrecer sus servicios en internet y las redes sociales?	Es mejor que han hecho, las redes sociales porque a través de ellos se dan a conocer tantas cosas sin necesidad de entrevistas personales y solamente publicando y ofreciendo sus servicios.
¿Cómo ve usted el futuro de la empresa Dimas Decoraciones y del mercado de eventos en la región carabobeña?	A pesar de que en Carabobo hay mucha competencia estoy seguro que esta empieza a empezar a tener su propio sello y estilo. Esa diferencia no tiene competencia porque se ha mantenido latente por su originalidad y propio estilo.

Entrevistado 2:

Fecha: 12/01/2023

Entrevistador: Adela Aguilar

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cómo define la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones?	La situación actual de dicha empresa es creer en el emprendimiento productivo de dicha empresa para el crecimiento de la misma
Expresar su opinión sobre las cosas que considera se deberían mejorar en materia gerencial en la empresa Dimas Decoraciones.	Mejorar la capacitación del personal de la empresa para el desarrollo productivo de dicha empresa
¿Cuáles son los aspectos positivos o ventajas que considera usted que tiene la empresa Dimas Decoraciones en el mercado de eventos, a pesar de su situación actual?	Una de las ventajas de la empresa es que trabaja de acuerdo a las necesidades y exigencias del cliente y presta servicio con mayor eficacia como el cliente lo merece.
¿Qué beneficios cree usted que le proporcionaría a la empresa el ofrecer sus servicios en internet y las redes sociales?	Uno de los beneficios que puede tener la empresa a través de internet y las redes sociales es los anuncios publicitarios para que los clientes puedan verificar como trabaja la empresa, la publicidad es uno de los medios más importantes que la empresa pueda progresar en su desarrollo.
¿Cómo ve usted el futuro de la empresa Dimas Decoraciones y del mercado de eventos en la región carabobeña?	La empresa Dimas decoraciones cuenta el emprendimiento y el desarrollo productivo gracias a las redes sociales y al personal capacitado.

Entrevistado 3:**Fecha: 12/01/2023****Entrevistador: Adela Aguilar**

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cómo define la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones?	Un ambiente laboral calmado y respetuoso
Expresar su opinión sobre las cosas que considera se deberían mejorar en materia gerencial en la empresa Dimas Decoraciones.	Se debería mejorar el inventario, tener mejor comunicación y exigir puntualidad.
¿Cuáles son los aspectos positivos o ventajas que considera usted que tiene la empresa Dimas Decoraciones en el mercado de eventos, a pesar de su situación actual?	Los aspectos positivos que tiene la empresa en el mercado de eventos es su gran variedad de inmuebles innovadores adecuados al gusto de cada cliente, realizando el entorno para cada ocasión que se requiere.
¿Qué beneficios cree usted que le proporcionaría a la empresa el ofrecer sus servicios en internet y las redes sociales?	Un gran alcance de visita de sus perfiles de redes sociales, interactuando con sus seguidores, subir post en instagram sobre sus decoraciones.
¿Cómo ve usted el futuro de la empresa Dimas Decoraciones y del mercado de eventos en la región carabobeña?	Lo percibo como un futuro prometedor, dado que la empresa se dedica a la decoración de eventos, consigue superar las expectativas de su clientela logrando un recuerdo inolvidable.

Entrevistado 4:

Fecha: 13/01/2023

Entrevistador: Adela Aguilar

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cómo define la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones?	Es una empresa emprendedora en el área de decoraciones. En estos momentos todavía complace su cartera de clientes.
2. Exprese su opinión sobre las cosas que considera se deberían mejorar en materia gerencial en la empresa Dimas Decoraciones.	Debería tener mejor publicidad en el campo de decoraciones. Es una empresa ya reconocida, ofrece sus nuevos estilos de decoración. Y así mantener al día a todos sus clientes.
3. Cuáles son los aspectos positivos o ventajas que considera usted que tiene la empresa Dimas Decoraciones en el mercado de eventos, a pesar de su situación actual?	Hay muchas ventajas a nivel de la sociedad ya que ya que cuentan con esta agencia de festejos que lleva sus eventos.
4. ¿Qué beneficios cree usted que le proporcionaría a la empresa el ofrecer sus servicios en internet y las redes sociales?	Bastantes beneficios ya que las redes sociales mantienen a los clientes y demás personas enterados de todo lo que hace la empresa.
¿Cómo ve usted el futuro de la empresa Dimas Decoraciones y del mercado de eventos en la región carabobeña?	Tiene un futuro emprendedor ya que es una de las agencias de festejos más conocidas de la región. Por su gran trayectoria en el campo de la decoración.

Entrevistado 5:

Fecha: 13/01/2023

Entrevistador: Adela Aguilar

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cómo define la situación actual de la empresa Dimas Decoraciones?	La empresa está en proceso de reactivación luego del fallecimiento de su líder fundador y de la pandemia de COVID 19 que tanto afecto al mercado de eventos.
2. Exprese su opinión sobre las cosas que considera se deberían mejorar en materia gerencial en la empresa Dimas Decoraciones.	Creo que la empresa amerita mejorar las capacidades de sus trabajadores tanto gerentes como empleados. Debe haber mejor capacitación del personal y de los gerentes.
3. Cuáles son los aspectos positivos o ventajas que considera usted que tiene la empresa Dimas Decoraciones en el mercado de eventos, a pesar de su situación actual?	Esta empresa tiene un estilo propio de decoración. Además cuenta con buena reputación y tiene enlace con importantes centros de eventos como el Hotel Hesperia, casi el total de los eventos que se organizan ocurren allí y eso implica estar en el top de los festejos de la región carabobeña.
4. ¿Qué beneficios cree usted que le proporcionaría a la empresa el ofrecer sus servicios en internet y las redes sociales?	Mayor alcance publicitario y mejor capacidad para atender al público.
5 ¿Cómo ve usted el futuro de la empresa Dimas Decoraciones y del mercado de eventos en la región carabobeña?	Es un futuro prometedor porque la empresa tiene con qué, pero debe superar varios retos para no perder esa oportunidad.