

Digital business strategy for the formulation and evaluation of an investment project

Diginomics.

2023; 2:69

DOI: 10.56294/digi202369

ISSN: 3072-8428

Estrategia de negocio digital para la formulación y evaluación de un proyecto de inversión

Yorlis Josefina Mora de Montero¹, Luis Alfredo Figuera Lara¹

¹Universidad Nacional Abierta, Dirección de Investigación y Postgrado, Maestría en Administración de Negocios. Venezuela.

Citar como: Mora de Montero YJ, Figuera Lara LA. Digital business strategy for the formulation and evaluation of an investment project. Diginomics. 2023; 2:69. <https://doi.org/10.56294/digi202369>

ABSTRACT

This research proposes a digital business strategy in the Fund for Economic Development of the Government of the State of Bolivar, Ciudad Bolivar context. The Research Line: Research and Development Management, as well as the Group: Business Management and Corporate Social Responsibility and the Work Area: Formulation and Evaluation of Projects. The general objective was oriented to: Propose a digital business strategy for the formulation and evaluation of the investment project. The theoretical or referential framework addresses: Digital business model, digital ecosystems, digital strategies, digital tools and the formulation and evaluation of the investment project. The study was framed in a positivist paradigm, with a quantitative approach, non-experimental field design and a projective level of research. Non-participant observation and interview techniques were used for data collection. As an instrument, the observation guide, adjusted to three (03) dimensions, and the interview script worked with nine (09) items, of which four (04) were of polychotomous and selection questions, as well as five (05) items of open questions, in direct relation to the objectives and variables of the research, applied to the analysts of the credit application department. Its validation was by expert judgment. The population was represented by 16 workers and a sample represented by two (2) analysts of the institution and 5 applicants in a non-probabilistic intentional sampling. Among the conclusions was the need to make changes and adaptations to the digital world, so that small and medium-sized enterprises can obtain significant benefits, articulated with this credit organization, in response to the nation's economic and social development plans, from the local level, as an integrated action strategy.

Keywords: Digital Business Strategy; Formulation; Evaluation; Investment Project.

RESUMEN

La presente investigación plantea una estrategia de negocio digital en el Fondo para el Desarrollo Económico de la Gobernación del estado Bolívar, contexto Ciudad Bolívar. De este se denota la Línea de Investigación: Gestión de Investigación y Desarrollo, así como el Grupo: Gestión de negocios y Responsabilidad Social Empresarial y el Área de Trabajo: Formulación y Evaluación de Proyectos. El objetivo general estuvo orientado a: Proponer una estrategia de negocio digital para la formulación y evaluación del proyecto de inversión. En el marco teórico o referencial se aborda: Modelo de negocios digitales, ecosistemas digitales, estrategias digitales, herramientas digitales y la formulación y evaluación de proyecto de inversión. El estudio se enmarcó en un paradigma positivista, con enfoque cuantitativo, diseño no experimental de campo y un nivel de investigación proyectivo. Para la recolección de datos, se aplicaron las técnicas de observación no participante y la entrevista. Como instrumento, la guía de observación, ajustada a tres (03) dimensiones, y el guion de entrevista trabajada con nueve (09) ítems, de los cuales cuatro (04) fueron de preguntas policotómicas y de selección, así como cinco (05) ítems de interrogantes abiertas, en relación directa con los objetivos y las variables de la investigación, aplicados a los analistas del departamento de solicitudes de créditos. Su validación fue por juicio de experto. La población estuvo representada por 16 trabajadores(as) y una muestra representada por dos (2) analistas de la institución y 5 solicitantes en un muestreo intencional no probabilístico. Entre las conclusiones se evidenció la necesidad de efectuar cambios y adaptaciones hacia el mundo digital, a fin de que la pequeña y mediana empresa obtenga notables beneficios, articulados con este organismo crediticio, en respuesta a los planes de desarrollo económico y social de la nación, desde lo local, como estrategia de actuación integrada.

Palabras clave: Estrategia de Negocio Digital; Formulación; Evaluación; Proyecto de Inversión.

INTRODUCCIÓN

Las plataformas digitales o virtuales aportan soluciones a diversidad de actividades que se realizan por internet y si esta se enmarca en servicios, se consolida las asesorías a través del uso de herramientas de mercado.^(1,2,3,4,5) Las búsquedas en la actualidad del comercio electrónico se orientan desde los directorios empresariales, donde acuden diariamente los compradores y muchos responsables, a publicar banner de sus empresas y visitan los portales, mediante participación en los mercados, vinculado a estrategias de negocios.^(6,7,8,9,10)

Así, los escritores Mayer-Schönberger et al.⁽¹⁾, Big Data: La Revolución de Los Datos Masivos, y Brooks, delinear los siete grandes fallos de quienes pronostican el futuro de la inteligencia artificial, en el cual se reconocen las principales capacidades y restricciones de los desarrollos conocidos como inteligencia artificial.^(11,12,13,14) Al respecto las compañías de internet como Google procesa más de 24 petabytes de datos al día, un volumen que representa miles de veces la totalidad del material impreso que guarda la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos, como empresas de redes sociales.^(15,16,17,18)

De tal forma que los datos masivos son aquellos alteradores de la naturaleza de los negocios, los mercados y la sociedad.^(19,20,21,22) Es así como desde el siglo XX, este valor se desplazó de las infraestructuras físicas, como la tierra y las fábricas, a los intangibles, como las marcas y la propiedad intelectual.^(23,24,25,26) Ahora se están expandiendo los datos, para convertirse en un activo corporativo importante, un factor económico vital, y el fundamento de nuevos modelos económicos del mundo.^(27,28,29,30,31)

Ante tal situación planteada, esta investigación tiene el alcance de enmarcarse en el sector público, en FONDO Bolívar, ente de financiamiento para efecto de revisión de la orientación de las políticas públicas crediticias a pequeños y medianos empresas,^(32,33,34,35,36) aunado a la formulación y evaluación de un proyecto de inversión en el desarrollo de estrategias de Gobierno Electrónico, pese a que en Venezuela se trabaja con el presupuesto nacional, articulado a la banca pública y poco financiamiento de la banca privada.^(37,38,39,40,41)

Es precisamente el país venezolano que concibe esta estrategia como un enfoque potencialmente útil para transitar el camino hacia una genuina democracia, a través del Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática,^(42,43,44,45,46) como ente encargado de coordinar y controlar los planes y desarrollo de Gobierno Electrónico en Venezuela, y como máximo órgano rector en la materia.^(47,48,49,50)

Sobre el asunto, implica proponer una estrategia de negocio digital para la formulación y evaluación de un proyecto de inversión en el Fondo para el Desarrollo Económico de la Gobernación del estado Bolívar, contexto Ciudad Bolívar.^(51,52,53,54,55) En torno a ello, es preciso acometerla desde la siguiente estructura: Capítulo I: planteamiento del problema, incluye la descripción del problema, objetivos de la investigación, justificación, delimitación y alcance. Capítulo II, marco teórico. Capítulo III: Marco Metodológico de la Investigación. Capítulo V: interpretación y análisis de los resultados de la investigación. Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones. Capítulo VI: La Propuesta.^(56,57,58,59,60)

¿Cuál es el estado actual del Fondo para el Desarrollo Económico de la Gobernación del estado Bolívar (FONDO Bolívar), contexto Ciudad Bolívar, en relación al negocio digital?

Objetivo

Proponer una estrategia de negocio digital orientada al fortalecimiento de la formulación y evaluación de un proyecto de inversión en el Fondo para el Desarrollo Económico de la Gobernación del estado Bolívar, contexto Ciudad Bolívar.

MÉTODO

El apartado corresponde a los conocimientos, técnicas e instrumentos que permitan desarrollar con éxito el enfoque metodológico utilizado en función de la naturaleza del problema de investigación propuesto y los objetivos planteados.

Paradigma, enfoque, diseño y tipo de investigación

Dentro de esta investigación se aborda el paradigma positivista con enfoque cuantitativo, el cual establece el método teórico de investigación científica vinculado al deductivo, como indica Bizarro⁽²⁾: “partiendo de verdades generales y hacia el razonamiento de las particulares”. De este modo, una proposición de partida deberá expresar una solución posible, racional y demostrable de un problema o situación problemática para plantar la solución a través de una propuesta.

Asimismo, al enmarcarse en un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de campo, el nivel de investigación será de tipo exploratorio- descriptivo, bajo la modalidad de proyecto factible, por cuanto estará centrada en “proponer una estrategia de negocio digital para la formulación y evaluación de un proyecto de inversión en el Fondo para el Desarrollo Económico de la Gobernación del estado Bolívar, contexto Ciudad Bolívar”.

El diseño se articula con lo planteado por Palella et al.⁽³⁾, señalan que el diseño no experimental: “se realiza sin manipular en forma deliberada la variable”. En base al criterio del autor, la investigación asume el diseño de campo. En ese sentido, la autora estudió el proceso estrategia de negocio digital orientado en esta investigación al fortalecimiento de la formulación y evaluación del proyecto de inversión.

En este contexto, el tipo de investigación es proyectiva por la formulación de la propuesta, a fin de alcanzar en el desarrollo de la investigación una alternativa de solución al problema planteado. Para tal efecto, Hurtado de Barrera⁽⁴⁾ señala:

La investigación proyectiva involucra creación, diseño, elaboración de planes o de proyectos. (...) para que un proyecto se considere investigación proyectiva, la propuesta debe estar fundamentada en un proceso sistemático de búsqueda e indagación que recorre los estadios de lo descriptivo, comparativo, analítico y explicativo se identifican los procesos causales que han originado las condiciones actuales del evento a modificar.

En ese sentido, la investigación se orienta, inicialmente, hacia una medición y descripción de las variables que conforman la estrategia de negocio digital orientada al fortalecimiento de la formulación y evaluación de un plan de inversión en Fondo Bolívar, para luego desarrollar el análisis e interpretación, el cual conllevará al desarrollo de la propuesta. Asimismo, se trata de una investigación proyectiva no aplicada, porque no implica la ejecución de la propuesta por parte del investigador en esta fase.

Sobre la base de las consideraciones de este autor, este tipo de investigación le permitirá a la autora tener una visión general y detallada del objeto de estudio, por cuanto al diagnosticarlo, podrán ver los aspectos relevantes del tema investigativo, facilitándoles la recopilación de información y la toma de decisiones.

Población y muestra

La población estuvo representada por 16 funcionarios distribuidos de la siguiente forma: 3 atención al contribuyente, 2 analistas de solicitudes, 2 de asistencia técnica del departamento de gerencia de operaciones. En cuanto al departamento de administración, corresponde a 3 funcionarios: el departamento de legal, 2 funcionarios, el departamento de recursos humanos 2 funcionarios y 1 director y 1 asistente de dirección, todos trabajadores de este organismo para un total 16 funcionarios. Con respecto a la muestra, esta fue de modo intencional, la cual estuvo representada por dos (2) analistas. En este sentido, siendo la población pequeña y finita, no fue necesario aplicar ninguna técnica muestral.

En cuanto a la selección de los solicitantes de créditos, corresponde con el proceso de entrega de julio del 2023, del cual se realizó el apoyo del financiamiento a 20 madres emprendedores, tomando en consideración la selección de 5 solicitantes de créditos en el sector servicios confección, quienes forman parte de la unidad antes mencionada, con las cuales se pudo conversar brevemente y mostraron recepción ante el abordaje de la investigadora.

Las 5 solicitantes de créditos son de la comunidad “Las Moreas”, parroquia Catedral de Angostura del Orinoco; fueron formadas en el centro de adiestramiento para la confección. Cuando son abordadas para indagar sobre sus financiamientos, estos coincidentemente tenían estas particularidades. Mujeres mayores de 50 años, algunas jubiladas de la administración pública y otras solo en condición de ama de casa, quienes decidieron fortalecer su conocimiento en el arte de la confección.

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos empleados en este contexto constituyen las formas que utiliza el investigador para recabar la información indispensable para el desarrollo del estudio, entre las cuales se emplearon como técnicas: la observación no participante, la entrevista y la encuesta.

En cuanto a la observación no participante, Palella et al.⁽³⁾ expresan que “la observación no participante es aquella en la cual se recoge la información desde afuera, sin intervenir para nada en el grupo social, hecho o fenómeno investigado...”.

La entrevista fue semiestructurada. Monje⁽⁵⁾ la define como: “la que emplea un cuestionario (o guión de entrevista) con el objeto de asegurarse que a todos los encuestados se les hacen las preguntas de manera estandarizada, esto es, de igual modo y en el mismo orden”. Básicamente se trata de un medio de indagación con el cual la investigadora obtendrá la información requerida para el desarrollo de esta investigación.

El análisis de contenido como técnica enfocada en la lectura interpretativa de documentos de cualquier tipo, mediante el uso de diversas formas y estrategias de análisis, según el objetivo de la investigación. Le acompaña la derivación de contenidos y categorías para su análisis crítico.

Tamayo⁽⁶⁾ define los instrumentos como: “cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información”. En otras palabras, son las herramientas que se emplean para obtener la información necesaria para la investigación. En este caso en particular, para recabar los datos pertinentes al estudio, se empleó como instrumento el cuestionario con la finalidad de recabar la información correspondiente a la entrevista y el cuaderno de

notas para las observaciones.

Para los efectos del presente estudio, la guía de observación de 3 dimensiones, el guión de entrevista constará de 6 partes con 9 ítems de preguntas policotómicas cerradas, de selección múltiple y abiertas; las cuales guardaron relación directa con los objetivos y las variables de la investigación. Cabe destacar que el instrumento a aplicar será de utilidad, ya que proporcionará información real y oportuna con un orden preciso y lógico en relación con el problema estudiado.

Validez y confiabilidad

Con la finalidad de determinar el grado de eficacia del instrumento que será aplicado, se medirá la validez o dominio del contenido y constructo de los ítems que lo integran, para detectar la relación real de manera significativa y el grado exacto de satisfacción de aquello que forma parte del objeto de investigación. En este sentido, Hernández et al.⁽⁷⁾, lo definen como “una condición necesaria de todo diseño de investigación y significa que el dicho diseño permite detectar la relación real que pretendemos analizar”.

De esta forma, la validez conllevará al investigador medir el grado del instrumento de acuerdo con la variable que se busca estudiar. Atendiendo al instrumento aplicado, la validez del mismo se encuentra fundamentado en un Juicio de Expertos con el apoyo de un especialista o experto en la temática, en relación con el proceso objeto de estudio, metodología para el diseño y la validación del instrumento a través de una matriz. El experto revisó el contenido, redacción y pertinencia de cada reactivo, propiciando sus respectivas recomendaciones para que la investigadora efectúe las debidas correcciones.

Ahora bien, la confiabilidad consiste en nivel de precisión o exactitud de la medida, por cuanto si el instrumento es aplicado repetidamente al mismo sujeto u objeto, producirá iguales resultados. Al respecto, Monje⁽⁵⁾ señala que: Se refiere a la capacidad del instrumento de arrojar datos o mediciones que correspondan a la realidad que se pretende conocer, o sea, la exactitud de la medición, así como a la consistencia o estabilidad de la medición en diferentes momentos.

En líneas generales, la confiabilidad no es más que el grado de fiabilidad que tienen los datos obtenidos con la aplicación del cuestionario (o guión de entrevista), con el propósito de determinar el coeficiente de confiabilidad del mismo. En este caso en particular y tomando en consideración que la población objeto de estudio es pequeña y finita, los datos arrojados por el instrumento aplicado se consideran veraces y confiables.

Una vez culmine la labor destinada a la recolección de datos, la autora se apropiará de un cierto número de datos que sirvieron de base para sacar las conclusiones generales centradas en el esclarecimiento del problema planteado. Así, debe trabajarse en una serie de actividades tendientes a organizar la información, cuyas acciones integran el llamado procesamiento de los datos.

Esta realización de estudios estadísticos implica emitir unos resultados cuantificables del estudio. Por tal motivo, la claridad de dicha presentación es de vital importancia para la comprensión de los resultados y la interpretación de los mismos. El análisis estará centrado en un estudio cuantitativo del resultado derivado de la aplicación del instrumento. Esta incluye, entre otras cosas, la determinación de la frecuencia con que aparecen ciertas categorías previamente definidas, las cuales expresan las variables o los indicadores, parte del problema de investigación.

Es importante destacar el análisis. Esto será útil para

establecer comparaciones y estudiar en profundidad los elementos encontrados. En cuanto a la tabulación, se diseñarán cuadros contentivos de las alternativas de los ítems y las entradas de frecuencia relativa y porcentual.

Validez del instrumento por juicio de experto

La viabilidad del instrumento a juicio de experto, según lo señalan Palella et al.⁽³⁾, “consiste, básicamente, en solicitar a una serie de personas la demanda de un juicio hacia un objeto, un instrumento, un material de enseñanza, o su opinión respecto a un aspecto concreto”. Se trata de una técnica cuya realización adecuada desde un punto de vista metodológico constituye el único indicador de validez de la información aportada por este modelo, de manera que resulte de gran utilidad en la valoración de aspectos de orden cualitativo.

El formato a utilizar fue sometido a su valoración por un experto para un análisis valorativo, siendo escogido un profesor investigador, doctor en Ciencias para el Desarrollo Estratégico, facilitador de Postgrado de la Universidad Bolivariana de Venezuela, sede Bolívar. Para la selección de este experto se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: nombre y apellido, cédula, nivel académico, años de experiencia en educación universitaria, fecha, dedicación y escalafón. Con el uso de categorías como pertinencia, redacción y adecuación para la valoración de la entrevista, instrumentos de recolección de información a través de la siguiente información, tabla 1. Criterio e indicadores:

Tabla 1. Criterio e indicadores	
Código	Apreciación Cualitativa
B	Bueno: el indicativo se presenta en el grado igual o ligeramente superior al mínimo aceptable
R	Regular: el indicador no llega al mínimo aceptable, pero se acerca a él.
D	Deficiente: el indicador está lejos de alcanzar el mínimo.
Categoría	Apreciación Cualitativa
Pertinencia:	Este criterio valora el grado de actualidad de los referentes teóricos que sustentan la propuesta y el grado de congruencia en cuanto al tema de la investigación.
Redacción:	Ideas ordenadas lógicamente y coherentemente.
Adecuación:	Se adapta al cambio del contexto universitario y la dinámica comunitaria.

Del cual se consideró ajustar la pregunta o ítem número 2,1 de la entrevista con cuestionario: la N°2 de la primera parte, y la N°1 de la 3 parte.

Técnicas de análisis de datos

Una vez culminada la labor destinada a la recolección de datos, la autora se apropió de un cierto número de datos que sirvieron de base para sacar las conclusiones generales centradas en el esclarecimiento del problema planteado. Para finalizar, estos resultados en los cuadros de frecuencia estadística se formarán por los siguientes aspectos: Respuestas. Número de personas (frecuencia absoluta) y frecuencia acumulada o porcentual. Esta última obtenida por medio de una regla de tres simples aplicados a los valores absolutos. Además, se

realizará el análisis correspondiente a estos y así las respectivas conclusiones y recomendaciones para diseñar la estrategia adecuada a la realidad.

Una vez recogidos los datos se procederá el análisis estadístico de estos. Durante este procedimiento se emplearon las siguientes estadísticas en cuadros de distribución de frecuencia absoluta y porcentual:

a) Para la distribución de frecuencia absoluta:

$$P = \frac{Fo}{N} \times 100$$

Donde:

P= Porcentaje.

Fo= Frecuencia de la categoría N= Número de encuestados.

b) Para la distribución de frecuencia relativa porcentual:

$$Fr\% = \frac{Fi}{Td} \times 100$$

Donde:

Fr%= Frecuencia relativa porcentual.

Fi= Frecuencia simple.

Td=Número total de datos o encuestados.

El conteo y tabulación de datos se realizó de forma manual, en cuadros correspondientes a cada ítem. Este procedimiento permitirá una visión global y pormenorizada de cada respuesta y de los respectivos análisis. El método empleado fue de análisis y síntesis, está relacionado con el pensamiento crítico, desde donde se revisan las fuentes primarias y secundarias documentales consultadas en el proceso de análisis. También se trabajó con la estructuración y consolidación de los datos provenientes de la observación y de la entrevista, a fin de construir el diagnóstico hacia la formulación de la estrategia.

Sistema de variables

Tomando en consideración que toda investigación científica gira en torno a las variables, por ello, estas constituyen el centro del estudio planteado, que se presentan incorporadas en los objetivos específicos, por esta razón es necesario identificarlas y clasificarlas, ya que facilita todo un diseño, desarrollo y posterior análisis estadístico de los resultados. Para Arias⁽⁸⁾ estas consisten “en un conjunto de características cambiantes que se relacionan según su dependencia o función en una investigación”.

En relación a lo antes expuesto, en cualquier investigación las variables representan las cualidades que permiten estudiar el fenómeno objeto de interés. Para su estudio, se determinaron las siguientes unidades de análisis:

- La estrategia de negocio digital utilizada por los analistas para la orientación en la formulación y evaluación de un plan de negocio.
- La estrategia de negocio digital propuesta para el fortalecimiento de la formulación y evaluación de un plan de negocio.

Luego se desarrolló la operacionalización de las variables en la tabla 2, presentado a continuación:

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Unidad de análisis	Definición operacional	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	Ítems
Diagnosticar el estado actual del Fondo para el Desarrollo Económico de la Gobernación del estado Bolívar, (FONDO Bolívar), contexto Ciudad Bolívar,	La estrategia de negocio digital utilizada por los analistas y solicitantes de crédito para la orientación en la formulación y evaluación de un plan de negocio	Es una nueva manera de moverse en el mundo de los negocios que utilizan las tecnologías digitales, y esta, según su teoría, debe sustituir a la clásica planificación	Desarrollo de contenido digital Integrar y reelaborar contenido digital Derechos de autor y licencias Programación	Guía de observación Guía de entrevista	1
Objetivos específicos en relación al negocio digital	Unidad de análisis	Definición operacional estratégica de las cinco fuerzas de Michel Porter.	Indicadores Franquicia o licencias Auspiciante (tercero relacionado con la actividad) de empresas virtuales Adquisición de una empresa existente con opción a cambio virtual	Técnicas e Instrumentos	Ítems
Analizar los referentes teóricos y legales que sustenta lineamientos básicos para uso de estrategias de negocio digitales en el sector público	Fuentes y aplicaciones con base a de los referentes teóricos y legales que sustentan los negocios digitales	Sustentada en las normas jurídicas como parte de la argumentación, que permite la comprensión, descripción, explicación e interpretación del fenómeno bajo estudio	Modelo de negocios digitales Competencia de negocio digital Apps de uso Ley de Ciencia y Tecnología	Guía de observación Guía de entrevista	2
Determinar la estrategia de negocio digital que permita al Fondo para el Desarrollo Económico de la Gobernación del estado Bolívar, (FONDO BOLIVAR), contexto Ciudad Bolívar, estar preparado para llevar a cabo	Proyección del proceso de implementación de la estrategia de negocio digital	Plan de naturaleza dinámica continua y regular revisión, donde se requiere la colaboración desarrollada en entornos virtuales, en donde comienza a cobrar una extrema importancia de los activos intangibles en planificaciones de estrategias a corto plazo	Documentación en regla para el diseño del plan. Aprobación del proyecto y/o plan por parte del ente financiador Aprobación de los recursos. Documentación legal referida al proceso del préstamo Seguimiento de los recursos asignados	Guía de observación Guía de entrevista	

RESULTADOS

Análisis y presentación de los resultados

Los resultados arrojados del presente estudio fueron presentados en cuadros de frecuencia simple, distribuidos de la siguiente manera: títulos, leyendas, cuerpo (frecuencia absoluta, frecuencia porcentual con las alternativas de repuestas), cuyo porcentaje se determina de acuerdo con la distribución de las escalas utilizadas para medir las variables estudiadas.

Presentación de los datos

La frecuencia absoluta reflejada en los cuadros representa el número de veces que aparecen las respuestas emitidas por los encuestados en consideración con las variables estudiadas. Por su parte, la frecuencia porcentual le permite a la autora comparar la distribución de las frecuencias conforme a la población objeto de estudio. Los cuadros fueron elaborados conforme a los ítems; para tales efectos, se tomaron opciones planteadas por cada ítem.

Para realizar el guion de entrevista, se seleccionaron 5 solicitantes de créditos, con una antigüedad mínima de unos 3 años de actividad comercial, del rubro confección y que utilicen herramientas digitales. Con esto no se busca realizar una muestra representativa como pequeños y medianos empresarios, sino identificar y describir aquellas variables que pueden resultar

significativas a la temática planteada y permita configurar aportes de interés.

El análisis realizado fue de tipo cuantitativo e inferencial, primero de la observación no participante y luego de las respuestas emitidas por los entrevistados, manteniendo la objetividad y precisión en cada una de ellas para cumplir con los objetivos planteados. Por último, se exponen los resultados obtenidos conforme a los objetivos propuestos, los cuales se presentan a continuación.

De la tabla 3 se puede establecer la relación entre la organización, el servicio prestado por los analistas de solicitudes de créditos y el uso de la tecnología. En la distribución realizada se puede detallar de la siguiente forma, entre las categorías con mayor incidencia se encuentra: en la estrategia de organización: herramientas de análisis financiero, fuentes documentales de la proyección de inversión, sistemas de información directa y programa de gestión por proceso en los dos (2) analistas. No evidenciado en la observación: sistema de información indirecta y programas de gestión por departamento. Con respecto a la estrategia de servicio, en que los dos (2) analistas son prestos en aportar sus servicios. Finalmente, en lo correspondiente al uso de la tecnología, no se pudo evidenciar su aplicación y destreza por parte de este personal.

Tabla 3. Guía de Observación

N°	Estrategias y/o sugerencias	Si	No	No Observado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
Organización						
1	Herramientas de análisis financiero	x			2	100 %
2	Fuentes documental del proyección de inversión	x			2	100 %
3	Sistemas de información directa	x			2	100 %
4	Sistema de información indirecta		x		2	100 %
5	Programas de gestión por departamento		x		2	100 %
	Programa de gestión por proceso	x			2	100 %
Servicios						
1	Son activo en la prestación del servicio	x			2	100 %
2	Los empleados son instrumentos de producción		x		2	100 %
Tecnológicos						
1	Aplicaciones para análisis de tendencias de la demanda del producto o servicio		x		2	100 %
2	Personal especializado en el uso de recursos tecnológicos		x		2	100 %

Desde esta perspectiva es importante lo propuesto por Falcón, citado por el autor Álamo⁽⁹⁾, que “tiene por objeto la formulación e implementación de acciones estratégicas orientadas a garantizar la supervivencia o éxito de la organización; es decir, incrementar la riqueza o valor para los propietarios o accionistas o la utilidad social para la comunidad”.

En síntesis, pese a los esfuerzos del gobierno por financiar a los pequeños y medianos empresarios, este debe proveer a los organismos de financiamiento del sector público venezolano y específico de FONDO Bolívar la preparación en el uso de las tecnologías digitales a fin de brindar un servicio acorde al logro de acciones estratégicas en el contexto actual en mejora de la formulación y evaluación de proyectos de inversión.

Tabla 4. Distribución absoluta y porcentual en relación la estrategia de negocio digital utilizada por solicitantes de crédito para la orientación en la formulación y evaluación de un proyecto de inversión: ¿Cómo ha ingresado su negocio en el mercado?

Opciones	No.	%
Franquicia o licencias con enfoque virtual	01	20 %
Auspiciante (tercero relacionado con la actividad) virtual	01	20 %
Adquisición de una empresa existente	00	0
Emprendimiento	03	60 %
Otro	00	00
Totales	05	100 %

Los resultados del cuadro anterior reflejan que el 60 % de los solicitantes de créditos de la dependencia de FONDO Bolívar manifestaron que han ingresado al mercado su negocio a través del proceso del emprendimiento. Existe un 20 % de franquicia con enfoque virtual y otro 20 % a través de auspiciantes virtuales.

En ese sentido, la tecnología permite crear un pensamiento nuevo sobre el campo estratégico de los negocios al facilitar una nueva visión de negocio. En esos procesos de la era digital es importante contar con competencias en negocios digitales. Entre los autores que apoyan este planteamiento se encuentra Prendes-Espinosa e al.⁽¹⁰⁾, cuyo texto: forma para el emprendimiento

digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI, de la revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa. Sin embargo, no es fácil aplicar con el suficiente ingenio la tecnología disponible, pero la empresa debe ver la tecnología como una manera de alcanzar ventajas competitivas.

Adicionalmente, si estos ingresan legamente constituidos y registrados, además del acta constitutiva, de los estatutos sociales y del Registro de Información Fiscal (RIF), como instrumentos legales indispensables, se efectúa un adecuado funcionamiento y articulación en el mercado, con el propósito de responder a las necesidades que estos posean.

Tabla 5. Distribución absoluta y porcentual en relación la estrategia de negocio digital utilizada por solicitantes de crédito para la orientación en la formulación y evaluación de un plan de inversión: ¿Cuándo se enfrenta usted a un problema en el mercado con relación a su producto y/o servicio qué estrategias de negocio ha utilizado?

Opciones	No.	%
Desarrollo de contenido digital	01	20 %
Integrar y reelaborar contenido digital	01	20 %
Derechos de autor y licencias	00	0
Programación	03	60 %
Otro	00	00
Totales	05	100 %

Los resultados del cuadro anterior reflejan que el 60 % de los solicitantes de créditos de la dependencia de FONDO Bolívar manifestaron que enfrentan los problemas de producto y servicios en el mercado, a través de la programación de negocio en el proceso del emprendimiento. Existe un 20 % de desarrollo de contenido digital y otro 20 % integra y reelabora contenido digital.

Sin el uso de herramientas digitales, puede suponer la imposibilidad en desarrollar su negocio. De esta se deduce que se toma en consideración la forma de vender sus productos y/o servicios. Larry Downs y Chunka citados por Salamero et al.⁽¹¹⁾ quienes en su texto: estrategias digitales: síntesis, explicación y críticas. “Es una nueva manera de moverse en el mundo de los negocios que utilizan las tecnologías digitales, y esta, según su

teoría, debe sustituir a la clásica planificación estratégica de las cinco fuerzas de Michel Porter.

Por lo que se apuesta, fundamentalmente, por un cambio radical en la visión del entorno empresarial donde el poder perturbador de la tecnología juega un papel esencial. Este cambio tiene como resultado los “desarrolladores devastadores”. Sin tomar en consideración el apoyo de las herramientas para la cobranza, para sí lograr un vínculo con el cliente, la promoción de nuevos productos, optimizando así la cadena de valor de la pequeña y mediana empresa en la era de la economía de redes.

Asimismo, es conveniente el manejo conservador del otorgamiento de los créditos por parte de esta institución financiera del Estado, de tal manera que no se ponga en riesgo la rentabilidad de la cartera crediticia y hasta la perdurabilidad de la organización.

Tabla 6. Distribución absoluta y porcentual en relación La estrategia de negocio digital utilizada por los analistas para la orientación en la formulación y evaluación de un proyecto de inversión: ¿Con cuál estrategia de negocio se identifica tu servicio como analista de solicitudes de créditos?

Opciones	No.	%
Plan de negocios digitales	00	00 %
Competencia de negocio digital	00	00 %
Apps de uso	00	0
Plan de inversión en aplicación Excel	02	100 %
Otro	00	00
Totales	02	100 %

Los resultados del cuadro anterior reflejan que el 100 % de los analistas de créditos de la dependencia de FONDO Bolívar utiliza el office Excel. Esto significa que es necesario el uso de herramientas de negocio digital, puesto que, al dirigir los modelos y planes de inversión en el uso de la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, comprendiendo su desarrollo relacionado con los ordenadores, internet, la telefonía (medios de comunicación masiva), las aplicaciones multimedia y la realidad virtual, se dará importancia a las mejoras en los procesos.

Es así como se debe considerar en el caso de la estrategia de negocios, Álamo⁽⁹⁾, cuando señala lo siguiente: “Define las líneas de acción a seguir para mejorar el posicionamiento competitivo de cada una de las unidades de negocio de la empresa en sus respectivos sectores...”. Es así como, por ejemplo, al elegir segmentos de productos-mercado dentro de un sector, selección de armas competitivas, precio, entrega, calidad, etc., se tomarán decisiones sobre el momento de entrada en el mercado (pionero, seguidor, etc.).

Por consiguiente, los sistemas informáticos constituirán el principio básico de digitalización de los procesos y las TIC, a fin de apoyar las actividades de negocio de las pequeñas y medianas empresas con el apoyo financiero del microcrédito aportado por esta institución. Proveerá a los solicitantes de créditos de bajo ingreso, microempresas y autoempleados, entre otros, a estar en sintonía con la producción local, regional y nacional que demanda el sistema financiero general.

Los resultados del cuadro anterior reflejan que el 100 % de los analistas de créditos de la dependencia de FONDO Bolívar identifican el proyecto de inversión a implementar con gran probabilidad de éxito el concepto, producto o servicio que va

a cubrir las necesidades concretas del mercado, a través de la documentación legal referida al proceso del préstamo, a procesar en un portal web.

Tabla 7. Distribución absoluta y porcentual en relación al proceso de implementación de la estrategia de negocio digital en la organización por los analistas para la orientación en la formulación y evaluación de un plan de inversión: ¿Con cuáles pasos se identifica el proyecto de inversión a implementar para cubrir las necesidades concreta del mercado digital?

Opciones	No.	%
Documentación en regla para el diseño del plan	00	00 %
Aprobación del proyecto y/o plan por parte del ente financiador	00	00 %
Aprobación de los recursos	00	00
Documentación legal referida al proceso del préstamo en el portal web	02	100 %
Seguimiento de los recursos asignados	00	00
Otro	00	00
Totales	02	100 %

En ese sentido, Prendes-Espinosa et al.⁽¹⁰⁾, en su texto: forma para el emprendimiento digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI, de la revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa, señala que estas competencias implican procesos de localización, recuperación, almacenamiento, organización y análisis de la información digital, para evaluarla en un proyecto de inversión. Por lo que resulta de especial interés estudiar tales competencias por la relevancia social enmarcada en este trabajo, especialmente en el proceso de construcción de una estrategia de negocio digital a presentar como propuesta, pero primero se revisarán los modelos de negocios.

De este modo se deduce la existencia de detractores en el sector de las microfinanzas y microcréditos de exposición a riesgos, que impiden validar información crediticia a los solicitantes. Peso a ello se ha flexibilizado en el sector financiero un marco regulatorio específico para permitir orientar los recursos hacia este sector con la finalidad de estimular el crecimiento económico y social desde el desarrollo local con base en el negocio digital.

Tabla 8. Cuadro resumen de la distribución de frecuencia

Nº	Datos de la distribución de frecuencia	Opciones
11	Distribución absoluta y porcentual en relación la estrategia de negocio digital utilizada por solicitantes de crédito para la orientación para la formulación y evaluación de un proyecto de inversión: ¿Cómo ha ingresado su negocio en el mercado?	Emprendimiento 60 %
12	Distribución absoluta y porcentual en relación la estrategia de negocio digital utilizada por solicitantes de crédito para la orientación en la formulación y evaluación de un plan de inversión: Cuando se enfrenta usted a un problema en el mercado.	

13	Distribución absoluta y porcentual en relación La estrategia de negocio digital utilizada por los analistas para la orientación en la formulación y evaluación de un proyecto de inversión: ¿Con cuál estrategia de negocio se identifica tu servicio como analista de solicitudes de créditos?	Plan de inversión en aplicación Excel 100 %
14	Distribución absoluta y porcentual en relación al proceso de implementación de la estrategia de negocio digital en la organización por los analistas para la orientación en la formulación y evaluación de un plan de inversión: ¿Con cuáles pasos se identifica el proyecto de inversión a implementar para cubrir las necesidades concreta del mercado digital?	Documentación legal referida al proceso del préstamo en el portal web 100 %

En ese sentido, se evidencia en estos cuadros de distribución de frecuencia el proceso de emprendimiento, articulado a la programación y el desarrollo de planes de inversión en el office Excel, previo a ello la solicitud de la documentación que certifique el diseño del plan o proyecto de inversión por parte de los analistas de solicitudes de créditos.

Tabla 9. Preguntas abiertas			
INF	Respuestas	Dimensiones	Variable
1	Brindar asesoría acerca de los tipos de productos y/o servicios que se financian en la institución. Utilizamos la información crediticia para para calcular el riesgo financiero de la solicitud, pese a ser una institución pública del Estado	Productos y servicios Información y riesgo financiero	Información crediticia
2	Explicar los distintos tipos de préstamo y sus condiciones a los solicitante de créditos a los fines de verificar si califica para hacer el Plan de Inversión	Tipos de préstamos Verificación de información	Datos para elaboración del Plan de inversión

Análisis tabla 9: de acuerdo con la información recogida, se evidencia la necesidad de informar y recopilación de datos del solicitante para orientar al analista de solicitudes de créditos hacia el uso de las herramientas de negocio digital, como las categorías que emergen de las respuestas. Asimismo, estas son relevantes en apoyo a los procesos de digitalización interno de la pequeña y mediana empresa, en la obtención de esquemas de trabajos cómodos y flexibles, comenzando con la optimización de los tiempos de trabajo, luego con el aumento de la productividad del solicitante de crédito de FONDO Bolívar.

Los autores señalan de los modelos de negocios y las tecnologías de información y comunicación, con existencia combinada de elementos: elección del cliente objetivo. -La gestión de los canales y puertas de acceso y el diseño de una propuesta de valor diferenciada por sus clientes, tomando en cuenta las competencias de emprendimiento digital.

Es así donde las actividades de valor en la creación de ideas de negocios permiten el diseño de productos y servicios para ser transados con rentabilidad sostenida en un determinado sector o área productiva, al constituir la esencia y finalidad de un negocio digital.

Tabla 10. Preguntas abiertas			
INF	Respuestas	Dimensiones	Variables
1	De acuerdo a la personalidad y experiencia del solicitante en relación a su producto y/o servicio que ofrece y el mercado donde desarrolla su actividad económica	Experiencia del solicitante Estudio de mercado	Datos generales del solicitante para análisis
2	A través de la revisión del conocimiento en el sector del solicitante, así como su situación económica - financiera y condiciones de la institución FONDOBOLIVAR	Revisión de conocimientos y situación económica financiera	Proceso de documentación y análisis económico y financiero

Análisis: de acuerdo con la información recogida, se evidencia cómo ha sido la experiencia de los analistas en cuanto a la metodología utilizada para el desarrollo de la idea de negocio, ajustada a las condiciones de FONDOBOLIVAR. Se entienden las exigencias mínimas articuladas a dos variables: Datos generales del solicitante y el proceso de documentación y análisis económico y financiero en las prácticas de análisis más enfocado en las respuestas al sector social.

En ese sentido, la autora Castillo⁽¹²⁾, en su texto de Información financiera y métodos para la evaluación de proyectos de inversión. Fundación Escuela Venezolana de Planificación indica en el sector público para plantear una idea de proyecto de inversión o negocio, tomar en cuenta los recursos naturales, la estrategia nacional, la balanza de pago y las necesidades de la población.

De esta forma, pese a la identificación de los riesgos y la determinación de la capacidad de pago, es importante el tiempo que tiene la empresa del solicitante en el mercado o en sus defectos los productos y/o servicios que ofrece a fin de planificar una estrategia de negocio digital en el sector público. Por el analista del organismo, articulado al solicitante de las pequeñas y medianas empresas, constituye una alternativa de enfoque administrativo, que puede dotarlas de una nueva visión estratégica ajustada al contexto de la era digital.

Tabla 11. Preguntas abiertas			
II.- Fuentes y aplicaciones con base a de los referentes teóricos y legales que sustentan los negocios digitales usados por los analistas de créditos: 2.1.- ¿Cuáles informaciones toma en cuenta para facilitar la interacción con los solicitantes de créditos, a fin de fortalecer el servicio de manera digital?			
Analista	Respuestas	Dimensiones	Variables
1	Los mismos solicitantes de créditos, el manual de la CVG de formulación y evaluación de proyectos, Mercado Libre.	Información general del solicitante. Guías de elaboración del proyecto	Datos generales del solicitante y guías de diseño

2	Plataformas digitales de Google, APP, estudio de mercado: oferta y demanda, evaluación crediticia. Ley de Instituciones del Sector Bancario, Decreto, con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Creación, Estímulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Microfinanciero y Ley de Emprendimiento	Plataformas digitales Leyes del sector bancario	Uso de herramientas digitales en normativa
---	--	---	--

Datos generales del solicitante y guías de diseño y uso de herramientas digitales amparadas en normativas. Esto corresponde a fuentes de aplicaciones o APP, así con base en los referentes teóricos de sus estudios previos y legales, como indica la Ley del sector bancario y la Ley de Emprendimiento, que sustentan los negocios digitales usados por los analistas de créditos.

En relación con esto, la Ley de Telecomunicaciones, artículo 12, en su condición de usuario de un servicio de telecomunicaciones, toda persona tiene derecho a acceder en condiciones de igualdad a todos los servicios de telecomunicaciones y a recibir un servicio eficiente, de calidad e ininterrumpido, salvo las limitaciones derivadas de la capacidad de dichos servicios. Asimismo, los autores en el texto: Los modelos de negocios y las tecnologías de información y comunicación, denotan su concepción de la forma siguiente: “Los modelos son representaciones gráficas, verbales o matemáticas sobre la realidad, que permiten entender problemas o situaciones complejas”, por tanto, los analistas deben ubicar modelos para que orienten el proceso de formulación y evaluación de un proyecto de inversión.

Esto obliga a las empresas, inclusive a los solicitantes de créditos, a formular estrategias que permitan la transición efectiva hacia una nueva forma de negocio, para poder rendir financieramente; ya que al estar documentado, con la producción al margen de la normativa nacional e internacional, las relaciones con proveedores y clientes a distancia por vía internet y uso de redes sociales, no se establecerían los límites geográficos como obstáculo al desarrollo económico y social de las naciones.

Tabla 12. Preguntas abiertas

III. Proceso de implementación de la estrategia de negocio digital: 3.1.-¿Cómo identificaría los principales servicios existentes en el mercado para definir la estrategia de negocio digital a implementar?			
Analista	Respuestas	Dimensiones	Variables
1	A través de un modelo y/o plan de negocio, también del comercio electrónico, anuncios y monetizaciones donde se pueda investigar, definir metas de inversión y retorno en torno al área de confección.	Modelo y plan de negocio para investigación del mercado	Estudio de mercado digital para el plan de inversión
2	Herramienta de correos electrónicos, redes sociales: whatsapp, instagram, páginas web, canales de atención y servicio al cliente, cuya información permite darle un mejor manejo ante los clientes	Herramientas digitales	Uso de los medios digitales en las empresas

Análisis tabla 12: de acuerdo con la información recogida, dos variables relevantes: Estudio del mercado digital para elaborar el plan de inversión y uso de los medios digitales en las empresas. Evidenciándose así la existencia de conocimiento de los modelos y planes de negocio, como de las herramientas digitales.

Por su parte, un estudio, explica “el efecto combinado de las tecnologías móviles, los dispositivos y sensores verticales, la computación en la nube y las tecnologías de las Big Data, reestructuran el diseño de un modelo de negocios”. De esta forma se establece la generación de una idea, la captación y análisis de la información, así como la evaluación de las oportunidades y los riesgos. Así se tomaría la decisión sobre el emprendimiento adecuado, pero si está constituido, podría desarrollar cambio en el plan.

Esto permite inferir cómo los cambios digitales pueden modificar lo que hace una pequeña y mediana empresa o gran empresa. La situación del uso de las nuevas tecnologías conlleva evitar la pérdida de tiempo y recursos y así entrar al mundo de las nuevas ventajas competitivas, tomando en cuenta su adecuación y adaptación a este tipo de organismo, aunado de la mano con los solicitantes de créditos.

Tabla 13. Preguntas abiertas

III. Proceso de implementación de la estrategia de negocio digital: 3.2.-¿Cómo lograría concretar el proyecto de inversión del negocio en tiempos de la era digital?			
Analista	Respuestas	Dimensiones	Variables
1	Primero se debe revisar a quien se dirige el plan, en este caso el solicitante del crédito, luego crear el plan de negocio para vender los productos y/o servicios digitales	Revisión del proceso de elaboración de plan de negocio	Procesos para revisar y elaborar un plan de inversión
2	Digitalizando procesos del solicitante de crédito para poder formular y evaluar el plan de inversión, así como un alto conocimiento del mercado y de los clientes	Digitalización de procesos	Uso de los medios digitales para el rendimiento

Análisis: de acuerdo con la información recogida, se desprende dos variables claves: Procesos para revisar y elaborar un plan de negocio y uso de los medios digitales para mejorar el rendimiento del solicitante de crédito. Por consiguiente, se evidencia la importancia del uso de la tecnología para transformar los modelos de negocio, planes de negocio, mediante las herramientas digitales.

Según la autora, Zacarías⁽¹³⁾ indica lo siguiente: El mundo empresarial y organizacional se va renovando a medida que crece el tiempo con nuevas herramientas y técnicas para seguir vendiendo inmerso en el mundo de las Tecnologías de Información y Comunicación... Esto a su vez incidiría en la estrategia de negocio digital que implementar para mejorar el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas, ya sea a través de la creación de nuevos productos y servicios o reinventando los procesos existentes. Una buena estrategia de negocio digital implica tener bien claro qué objetivos se quieren cumplir y cómo alcanzarlos.

Por ende, los pequeños y medianos empresarios pueden tener

orientación en el uso de las Apps para el mundo de los negocios, que sirvan para una mejor gestión de los mismos o que incluso permitan sacar adelante las distintas ideas de negocio digitales en la actualidad.

Tabla 14. Cuadro Resumen de las Preguntas Abiertas

15	Preguntas abiertas. I.- Situación actual de los solicitantes de créditos: 1.1.- ¿Podría compartir información acerca de la creación de la idea negocio que usted asesora como analista de solicitudes de crédito?	Variables: 1) Información crediticia 2) Datos para elaboración del Plan de inversión
16	Preguntas abiertas. I.- Situación actual de los solicitantes de créditos: 1.2.- Según sus conocimientos ¿Cómo ha sido la metodología utilizada para el desarrollo de la idea del negocio implementada por el solicitante de crédito?	Variables: 1) Datos generales del solicitante para análisis 2) Proceso de documentación y análisis económico y financiero
17	Preguntas abiertas. II.- Fuentes y aplicaciones con base a de los referentes teóricos y legales que sustentan los negocios digitales usados por los analistas de créditos: 2.1.- ¿Cuáles informaciones toma en cuenta para facilitar la interacción con los solicitantes de créditos, a fin de fortalecer el servicio de manera digital?	Variables: 1) Datos generales del solicitante y guías de diseño 2) Uso de herramientas digitales en normativa
18	Preguntas abiertas. III. Proceso de implementación de la estrategia de negocio digital: 3.1.- ¿Cómo identificaría los principales servicios existentes en el mercado para definir la estrategia de negocio digital a implementar?	Variables: 1) Estudio de mercado digital para el plan de inversión 2) Uso de los medios digitales en las empresas
19	Preguntas abiertas. III. Proceso de implementación de la estrategia de negocio digital: 3.2.- ¿Cómo lograría concretar el proyecto de inversión del negocio en tiempos de la era digital?	Variables: 1) Procesos para revisar y elaborar un plan de inversión 2) Uso de los medios digitales para el rendimiento

En este cuadro resumen se establecen la entrevista, y el uso del cuestionario con preguntas abiertas, en dos partes, las primeras dos (02) dirigida a los solicitantes de créditos, los cuales prevale las variables de datos generales y de proyección del plan de inversión. Ahora bien, los analistas respondieron las 3 preguntas abiertas restantes, donde es evidente las variables: datos generales y uso de medios digitales en la empresa para el rendimiento de las solicitudes.

CONCLUSIONES

Con respecto al primer objetivo, diagnosticar el estado actual de la empresa pública en relación al uso del negocio digital que permita establecer las fortalezas y debilidades hacia el diseño de la estrategia. Esta debe generarse como una nueva representación en el mundo de los negocios digitales, y esta, según su teoría, debe sustituir a la clásica planificación estratégica de las cinco fuerzas de Michel Porter, se trata de innovar o, en su defecto,

complementarla de forma integrada.

La estrategia de negocio digital utilizada por solicitantes de crédito en la formulación y evaluación de un proyecto de inversión en los resultados reflejan que un 60 % de los solicitantes de créditos de la dependencia FONDO Bolívar manifestaron ingresar a través del proceso del emprendimiento. Lo que es comprensible en un momento donde el gobierno maneja una política pública sostenida sobre la inversión social.

En cuanto a la forma de enfrentar el mercado cuando tienen un problema en su producto y/o servicio, los resultados reflejan un 60 % de los solicitantes de créditos de la dependencia de FONDO Bolívar, con problemas en la presentación de sus productos y servicios en el mercado, a través de la programación del negocio.

En lo correspondiente a la estrategia de negocio identificada en el servicio como analista de solicitudes de créditos, los resultados se reflejan en un 100 % de los analistas de créditos de la dependencia de FONDO Bolívar, a través del uso del office Excel. Esto significa, en función de las interrogantes antes establecida, la necesidad del uso de herramientas de negocio digital, vinculadas a los modelos y planes de inversión en el uso de la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales; comprendiendo su desarrollo relacionado con los ordenadores, internet, la telefonía (medios de comunicación masiva), las aplicaciones multimedia y la realidad virtual.

Al referirse al plan de negocio a implementar, los resultados reflejan un 100 % de los analistas de créditos de la dependencia de FONDO Bolívar, con identificación de los pasos a implementar para probabilidad de éxito, en función del concepto, producto o servicio, para así cubrir las necesidades concretas del mercado, a través de la documentación legal referida al proceso del préstamo.

En el registro de las preguntas abiertas, referente a la información acerca de la creación de la idea de negocio de las asesorías de crédito, de acuerdo a la información recogida, se evidencia la necesidad de informar y orientar al analista de solicitudes de créditos hacia el uso de las herramientas de negocio digital, como apoyo a los procesos internos de la pequeña y mediana empresa.

Según los conocimientos de los analistas de solicitudes de créditos, la metodología utilizada para el desarrollo de la idea del negocio está de acuerdo con la experiencia utilizada para el desarrollo de la idea de negocio, ajustada a las condiciones de FONDO Bolívar.

Con respecto al segundo objetivo, en el análisis de los referentes teóricos y legales que sustentan lineamientos básicos para uso del negocio digital en Venezuela, se tienen las siguientes conclusiones: las fuentes de información corresponden con los programas de aplicaciones o APP. Así, con base en los referentes teóricos de sus estudios previos y legales, señalan las Leyes del sector bancario y la Ley de Emprendimiento, que sustentan los negocios digitales usados por los analistas de créditos. Por tanto, de acuerdo con la información recogida, se evidencia que el actual mundo de los negocios ha cambiado; ahora se ha hecho extensivo el uso de la información y conocimiento digital, a través de las interconexiones en redes de emprendimientos.

En este orden, el tercer objetivo: determinar si el Fondo para el Desarrollo Económico de la gobernación del estado Bolívar (FONDO Bolívar), contexto Ciudad Bolívar, está preparado para llevar a cabo el proceso de implementación del negocio digital como herramienta estratégica: la información permitió identificar los principales servicios existentes en el mercado para

definir la estrategia de negocio digital a implementar.

De acuerdo con la información recogida, evidenciar el conocimiento existente de los planes de negocio, así como de las herramientas de negocios digitales. Esto conlleva a inferir cómo los cambios y adaptaciones en el mundo digital podrían lograr hacer en una pequeña y mediana empresa o gran empresa notables beneficios articulados con este organismo crediticio, en respuesta a los planes de desarrollo económico y social de la nación, partiendo desde lo local.

Finalmente, en cómo se lograría concretar el proyecto de inversión en la era digital, de acuerdo con la información recogida, se evidencia la importancia del uso de los modelos de negocio, planes de negocio, mediante las herramientas digitales. En ese sentido, el uso de las estrategias de negocios digitales mejoraría el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas, ya sea a través de la creación de nuevos productos y servicios y/o reinventando los procesos existentes.

RECOMENDACIONES

Luego de reflexionar sobre los resultados obtenidos del proceso de investigación realizado, se recomienda, junto al desarrollo tecnológico de las empresas, a emerger hacia un nuevo tipo de equipos, a los que se llaman sistemas inteligentes. Estos combinarían software (en la forma de algoritmos, reglas de negocio, Machine Learning, análisis predictivos, entre otros), con hardware (servidores, sensores, dispositivos móviles y conectividad) y datos (ya sean contextualizados o en tiempo real). Todo ello funcionaría de manera equilibrada y armónica a la experiencia y conocimientos adquiridos de los analistas una vez preparados en esas herramientas, brindando mejoras en su servicio desde las redes.

En el contexto de una intensa competencia global, los niveles elevados de automatización han dado a las empresas ventajas competitivas que les han permitido apoderarse de cuotas de mercado de otras empresas en otros países. Es por ello que deben existir elementos en la articulación público-privada importantes para comprender el desarrollo en la era digital, en su proceso en las pequeñas y medianas empresas, articulado a los organismos del Estado.

Es preciso que se mantengan actualizados y al día los

expedientes de solicitudes de créditos correspondientes a las fuentes de financiamiento que otorga esta institución del Estado, utilizando herramientas de análisis estratégico con enfoque integrado en la gestión administrativa de esta, mejorando los procesos a través de la digitalización, conforme a la normativa interna y a las demandas de la sociedad de la economía digital.

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Curación de datos: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Análisis formal: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Investigación: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Metodología: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Administración del proyecto: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Recursos: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Software: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Supervisión: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Validación: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Visualización: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Redacción – borrador original: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

Redacción – revisión y edición: Yorlis Josefina Mora de Montero, Luis Alfredo Figuera Lara.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mayer-Schönberger V, Cukier K. Ahora (Capítulo 1). En: Big Data: La revolución de los datos masivos. Iriarte A, trad. Madrid: Turner. 2013. <http://catedradatos.com.ar/media/3.-Big-data.-La-revolucion-de-los-datos-masivos-Noema-Spanish-Edition-Viktor-Mayer-Schonberger-Kenneth-Cukier.pdf>
2. Bizarro F. Desarrollo estratégico para la investigación científica. s. f. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/306/index.htm>
3. Palella S, Martins F. Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas: Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Fondo Editorial FEDUPEL; 2006.
4. Hurtado de Barrera J. Guía para la comprensión holística de las ciencias. Quirón Ediciones; 2010. Vol. 4.
5. Monje C. Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: guía didáctica. Neiva: Editorial Universidad Surcolombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas; 2011.
6. Tamayo y Tamayo M. El proceso de la investigación científica. 5a ed. México: Editorial LIMUSA; 2011.
7. Hernández R, Fernández C, Batista P. Metodología de la investigación cuantitativa. México: McGraw-Hill; 2011.
8. Arias F. El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 5.ª ed. Caracas: Editorial Episteme; 2012.
9. Álamo VF. La planificación estratégica de las universidades: propuesta metodológica y evidencia empírica. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canarias. 1995. <https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/2072/1/589.pdf>
10. Prendes E, García M, Montiel M. EmDigital: competencia para emprendimientos digitales en estudiantes universitarios. 2021. <https://www.um.es/emdigital/wp-content/uploads/2022/11/Manual-EmDigital.pdf>
11. Salamero L, Cano C. Estrategias digitales: síntesis, explicación y críticas. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid, Departamento de Ingeniería de Sistemas Telemáticos. 2012. <http://www.dit.upm.es/~fsaez/blogs/netosfera/wp-content/blogs.dir/154/files/1-estrategias-digitales-sintesis-explicacion-y-criticas.pdf>
12. Castillo D. Información financiera y métodos para la evaluación de proyectos de inversión. Caracas: Fundación Escuela Venezolana de Planificación; 2022.

13. Zacarías R. Aplicaciones de negocio. Fundación Escuela Venezolana de Planificación. Diplomado en Ciencias Gerenciales para la Planificación Estratégica; 2022.
14. Arens W. Publicidad. 9.ª ed. México: McGraw-Hill; 2004.
15. Banco Interamericano de Desarrollo. Guía de transformación digital de gobierno. 2022. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>
16. Benanav A. La automatización y el futuro del trabajo, parte 1. New Left Review. 2020 nov-dic. 119. <https://newleftreview.es/issues/119/articles/automation-and-the-future-of-work-1.pdf>
17. Baier, Walsh, Mulder. La transformación digital de las pymes exportadoras desde una perspectiva teórica y práctica. 2021. www.cepal.org/apps
18. Blanco A. Formulación y evaluación de proyectos. 6.ª ed. Caracas: Editorial Texto C.A.; 2007.
19. Brooks R. Los siete grandes errores de quienes predicen el futuro de la inteligencia artificial. MIT Technology Review. 2017. <https://www.technologyreview.es/s/9655/los-siete-grandes-errores-de-quienes-predicenel-futuro-de-la-inteligencia-artificial>
20. Córdova Y. Construyendo cambios. Conducción y planificación estratégica de proyectos de cambios. Caracas: Ediciones UBV; 2011.
21. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N.º 36.860. 30 dic 1999.
22. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Panorama del desarrollo territorial en América Latina y el Caribe, 2017: agendas globales de desarrollo y planificación multinivel. Santiago: Naciones Unidas. 2021. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42721/1/S1701079_es.pdf
23. Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (BIC Galicia). Manuales prácticos para Pymes: cómo realizar un plan de marketing. 2010. http://www.bicgalicia.es/dotnetbic/Portals/0/banner/ARCHIVOS/Manuales%20Pymes/2ElaborarPlanMarketing_C.pdf
24. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Digitalización y cambio tecnológico en la mipymes agrícolas y agroindustriales en América Latina. Santiago: Naciones Unidas. 2022. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46965/4/S2100283_es.pdf
25. Venezuela. Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de la Administración Pública N.º 6.217. Gaceta Oficial Extraordinaria N.º 5.890, 31 jul 2008.
26. Decaro L, Soriano M, Ocaña R. Los modelos de negocios y las tecnologías de información y comunicación. Revista Académica de Investigación. 2017. <https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/26/modelos-negocios.pdf>
27. D'Alessio IF. El proceso estratégico. Un enfoque de gerencia. México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.; 2008.
28. Flores A. Lean Startup. Aplicación del método Toyota a las iniciativas emprendedoras. 2011. https://www.acta.es/medios/articulos/comercio_y_economia/011001.pdf
29. Fontaines T. Metodología de la investigación. España: Editorial Júpiter Editores; 2012.
30. Fondo de Crédito Industrial (FONCREI). Guía para la formulación de proyectos industriales. Caracas: FONCREI. 1983. <https://baixardoc.com/preview/foncrei-manual-ion-de-proyectos-5cec492b02306>
31. Garza JE. Factores críticos de éxito en la planeación estratégica de tecnología de información para negocios electrónicos. Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey; 2003. <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/569409>
32. Garzozi P, Messina V, Moncada S, et al. Planes de negocios para emprendedores. 1ª ed.. Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn); 2014. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed>
33. García Falcón JM. Formulación de estrategias en la empresa. Canarias: CIES de la Caja Insular de Ahorros de Canarias; 1987.
34. Hanel J. Análisis situacional. Módulo I. México: UAM-Azcapotzalco; 2004.
35. Herrera CO. Factores relacionados con planeación que incide en la ejecución de proyectos del sector público territorial. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia; 2023. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/84009>
36. Husson M. ¿Hemos entrado en el capitalismo cognitivo? Panorama internacional. 2003. <http://hussonet.free.fr/cognitic.pdf>
37. Kaplan R, Norton D. Cuadro de mando integral. Barcelona: Gestión 2000; 2000. <https://core.ac.uk/download/pdf/90646972.pdf>
38. Leal J. La autonomía del sujeto investigador y la metodología de la investigación. Mérida: Universidad de Los Andes; 2005.
39. República Bolivariana de Venezuela. Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI). Gaceta Oficial N° 38.242, 3 ago 2005.
40. República Bolivariana de Venezuela. Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Gaceta Oficial N° 39.610, 7 feb 2011.
41. República Bolivariana de Venezuela. Ley de Infogobierno. Gaceta Oficial N° 39.945, 15 jun 2012.
42. República Bolivariana de Venezuela. Ley Plan de la Patria. Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación (2013-2019). Gaceta Oficial N° 6.118 Extraordinario, 4 dic 2013.
43. República Bolivariana de Venezuela. Ley Plan de la Patria. Tercer Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación (2019-2025).
44. República Bolivariana de Venezuela. Ley de Regionalización Integral para el Desarrollo Socioproductivo de la Patria. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.151, 18 nov 2014.
45. Mille CN. 20 años de Musiúes. Venezuela: Editorial La Torre; 1965.
46. Nuñez RB. Estrategia digital para negocios, cuyo objetivo general fue: Implementar un plan de marketing digital en pro de darlo a conocer con la empresa "Corpesthetic". Bogotá: Universidad del Rosario; 2019. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/19901>
47. Navarrete CJ. El planeamiento estratégico y su relación con la gestión de los proyectos de inversión pública de la municipalidad distrital de Paiján. Trujillo: Universidad César Vallejo. 2023. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/112862>
48. Pimentel E. Formulación y evaluación de proyectos de inversión: aspectos teóricos y prácticos. 2008. <https://xdoc.mx/preview/formulacion-y-evaluacion-de-proyecto-de-inversion-60518121943c4>
49. Prendes MP. Formar para el emprendimiento digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI. Riite Rev Interuniv Investig Tecnol Educ. 2022;12:1-19. doi:10.6018/riite.525101.
50. Páez A, Cañizález C, De la Barra R, Gómez P, Marín K, Petrizzo A. El gobierno electrónico en Venezuela: balance y perspectivas. San Cristóbal: Centro de Investigación de la Comunicación (CIC), Universidad Católica Andrés Bello. 2010. <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32206/1/elgobiernoelectronicoenvenezuela.pdf>
51. Payne J. Preparación de la pequeña y mediana empresa para el negocio electrónico en los países en desarrollo: una guía para los profesionales del desarrollo. 2003.
52. Ramírez T. Cómo hacer un proyecto de investigación. Caracas: Editorial Panapo; 2010.
53. Ríos P. Psicología: la aventura de conocernos. Caracas: Editorial Cognitus; 2009.
54. Rojas E. Modelo de diseño y ejecución de estrategia de negocio. Santiago de Chile: Universidad de Chile; 2002. <https://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges35.pdf>
55. Srmicek N. Capitalismo de plataforma. Buenos Aires: Caja Negra Editora; 2018. Introducción, capítulo 2.
56. Soto A, Valente M. Juegos: vigencia y limitaciones. Rev Cienc Soc. 2005;11(3). https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182005000300008
57. Velasco MA. Plan de negocio para la formulación y gestión de proyectos sociales orientados a la prevención y promoción en salud y seguimiento y evaluación de la educación de niños, niñas y adolescentes. 2019. <https://>

- repository.universidadean.edu.co/handle/10882/11597
58. Vaquero G, Delgado A, Rodríguez P, Salazar A. Cómo iniciar mi propia empresa: un modelo de negocio estructurado que genera valor. https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/69384/Gustavo_Adolfo_Villa_Vaquero.pdf?sequence=1&isAllowed=y
59. Vivallo A. Formulación y evaluación de proyectos: manual para estudiantes. México: UCT-INDAP; s/f.
60. Von Neumann J, Morgenstern O. The theory of games and economic behavior. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons; 1953.