

# Análisis de la Gestión de Procesos de las PyMES Comercializadoras de Productos Alimenticios de la Ciudad de Resistencia

Área del Conocimiento: Ciencias Sociales

Becario/a: BANEGA, Araceli Rocío

Director/a: DELLAMEA, César Horacio

Facultad: Ciencias Económicas

E-mail: aracelirbanega@gmail.com

## Objetivos

**General:** *Analizar la gestión de procesos de las PyMES comercializadoras de productos alimenticios de la ciudad de Resistencia.*

**Específicos:** (a) *Identificar los cambios y/o adaptaciones del sistema de gestión por procesos;* (b) *Identificar los recursos de entrada al sistema de gestión por procesos;* (c) *Identificar a las actividades más relevantes de la gestión por procesos;* (d) *Detectar las principales falencias en la gestión de procesos comerciales de productos alimenticios.*

## Materiales y Método

Investigación de diseño exploratorio descriptivo, transversal y de tipo aplicada.

### Fuentes utilizadas:

- a) Trabajo de Campo:** se desarrollaron entrevistas on line con propietarios de los establecimientos objeto de estudio;
- b) Revisión Bibliográfica:** lectura y análisis de diarios digitales nacionales y regionales.

Por el carácter que persiguió la investigación, tuvo un enfoque cualitativo, ya que se pretendió recopilar información preliminar sobre la gestión de procesos en un contexto de pandemia.



## Resultados y Discusión

Dentro del contexto disruptivo provocado por la crisis sanitaria Covid-19 y afrontado por estas PyMES, la gestión de procesos en el área de comercialización se ve afectada, por un lado, en los recursos utilizados en su sistema de entrada, con la incorporación de nuevos servicios relacionados con la venta y posventa.

Por otro lado, se identifican determinadas actividades que interactúan en la gestión de procesos y que resultan claves para mantenerse en el mercado, entre ellas se destacan el fortalecimiento en la relación con proveedores, la mejora en el análisis de proyecciones de ventas y la incorporación de un plan de control de trazabilidad con el objetivo de fortalecer la confianza con los clientes nuevos y potenciales.