



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIOPÁEZ

**ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA LA
OPTIMIZACIÓN DE LAS OPERACIONES
ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA
VALLE MÁGICO, C.A.**

**Autoras:
Pérez, Yakcely
C.I: 20.082.190
Pico, Stefani
C.I:24.450.508**

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



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

**ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LAS
OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA VALLE MÁGICO,
C.A.**

Trabajo de Grado para optar al Título de
Licenciado en Administración de Empresas

Autoras:
Pérez, Yakcely
C.I: 20.082.190
Pico, Stefani
C.I:24.450.508

Tutora: Magaly González

San Diego, Marzo del 2021



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



ACTA N° 0035-3-2020

San Diego, 19 de Marzo de 2021

Ciudadanos

PEREZ YARCELY

C.I. 20.082.190

PICO STEFANI

C.I. 24.450.508

Cumplo con informarle que la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez, acordó aprobar el Proyecto de Trabajo de Grado, presentado por usted titulado: **“ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA LA OPTIMIZACION DE LAS OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA VALLE MAGICO C.A”**, como requisito para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas.

Sin otro particular, se suscribe de usted

Atentamente,

Dra. Patricia Díaz

Decana de la Facultad de Ciencias Sociales

“Se Aprueba Proyecto (Anexo L) sin revisión Metodológica”

“Plan Universidad En Casa”

“Una vez que cese el Plan Universidad en Casa, se firmará y sellará”



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

ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe ésta Acta, Magaly González, Cédula de Identidad No. V-6.397.992, en mi carácter de tutora del trabajo de grado presentado por las ciudadanas Pérez Sotillo Yakcely Desiree y Pico Alonso Stefani Betania, titulares de las cédulas de identidad N° V- 20.082.190 y V-24.450.508, deja constancia que el Trabajo de Grado titulado **“ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LAS OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA VALLE MÁGICO, C.A.”**, presentado como requisito parcial para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas, ha sido revisado y cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

San Diego, 19 de Marzo del año dos mil veinte y uno (2021).

Tutora Académica

Lcda. Magaly González

C.I. V-6397992

Cel: 0412-7842228

E-mail: magherrada@hotmail.com

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

| | |
|----------------------------------|------|
| LISTA DE CUADROS | vii |
| LISTA DE GRÁFICOS | viii |
| LISTA DE TABLAS | ix |
| DEDICATORIA | x |
| AGRADECIMIENTO | xii |
| RESUMEN INFORMATIVO | xiv |
| INTRODUCCIÓN | 1 |

CAPÍTULO

| | |
|--|----|
| I EL PROBLEMA | 3 |
| 1.1. Planteamiento del Problema | 3 |
| 1.1.1. Formulación del Problema | 4 |
| 1.2. Objetivos de la Investigación | 4 |
| 1.3. Justificación de la Investigación | 5 |
| II MARCO TEÓRICO | 6 |
| 2.1. Antecedentes | 6 |
| 2.2. Bases Teóricas..... | 10 |
| 2.3. Definición de Términos Básicos..... | 12 |
| III MARCO METODOLÓGICO | 13 |
| 3.1. Tipo y Diseño de la Investigación | 13 |
| 3.2. Fases Metodológicas..... | 14 |
| 3.2.1 Fase I: Diagnóstico de la situación actual..... | 14 |
| 3.2.2 Fase II: Identificación los factores internos y externos | 16 |
| 3.2.3 Fase III: Diseño de estrategias gerenciales | 16 |
| IV RESULTADOS | 18 |
| 4.1. Análisis de los Resultados..... | 18 |
| 4.1.1. Diagnóstico..... | 19 |
| 4.1.2. Determinación | 40 |
| 4.1.3. Diseño | 42 |
| V PROPUESTA | 43 |

| | |
|---|-----------|
| 5.1. Presentación de la Propuesta | 43 |
| 5.2. Beneficios de la Propuesta | 44 |
| 5.3. Objetivos de la propuesta | 44 |
| 5.4. Desarrollo de la Propuesta | 44 |
| 5.5. Factibilidad de la Propuesta | 50 |
| CONCLUSIONES | 51 |
| RECOMENDACIONES | 53 |
| REFERENCIAS | 54 |
| ANEXOS | 56 |

LISTA DE CUADROS

CONTENIDO

| | pp. |
|--|-----|
| CUADRO | |
| 1.- Ficha de Observación | 38 |
| 2.- Matriz FODA | 41 |
| 3.- Postulados Estratégicos de la Empresa Valle Mágico C.A. | 46 |

LISTA DE TABLAS

CONTENIDO

| | PP. |
|--|-----|
| TABLA | |
| 1.- Planificación Estratégica (Manual de Organización)..... | 20 |
| 2.-Planificación de las actividades semanales..... | 21 |
| 3.- Proyección de ventas, compras e inventarios..... | 22 |
| 4.- Políticas para el manejo de proveedores, clientes e inventarios..... | 23 |
| 5.- Claridad en las funciones de los trabajadores | 24 |
| 6.- Capacitación para el desempeño de los cargos..... | 25 |
| 7.- Suficiencia del Recurso Humano | 26 |
| 8.- Sistema Administrativo para el manejo de los inventarios | 27 |
| 9.- Crecimiento de la cartera de Proveedores en el último año | 28 |
| 10.-Evaluación positiva de los proveedores | 29 |
| 11.- Crecimiento de las Ventas | 30 |
| 12.- Satisfacción de los Clientes. | 31 |
| 13.- Inconformidad en la Atención a los Clientes | 32 |
| 14.- Proyección de la participación en el mercado | 33 |
| 15.- Aprovechamiento de la alianza con marcas reconocidas | 34 |
| 16.- Positiva actuación de la función de mercadeo..... | 35 |
| 17.- Utilización del Marketing Digital..... | 36 |
| 18.-Implementación de estrategias gerenciales | 37 |

LISTA DE GRÁFICOS

CONTENIDO

| | PP. |
|--|-----|
| GRÁFICO | |
| 1.- Planificación Estratégica (Manual de Organización)..... | 20 |
| 2.-Planificación de las actividades semanales..... | 21 |
| 3.- Proyección de ventas, compras e inventarios..... | 22 |
| 4.- Políticas para el manejo de proveedores, clientes e inventarios..... | 23 |
| 5.- Claridad en las funciones de los trabajadores | 24 |
| 6.- Capacitación para el desempeño de los cargos..... | 25 |
| 7.- Suficiencia del Recurso Humano | 26 |
| 8.- Sistema Administrativo para el manejo de los inventarios | 27 |
| 9.- Crecimiento de la cartera de Proveedores en el último año | 28 |
| 10.-Evaluación positiva de los proveedores | 29 |
| 11.- Crecimiento de las Ventas | 30 |
| 12.- Satisfacción de los Clientes. | 31 |
| 13.- Inconformidad en la Atención a los Clientes | 32 |
| 14.- Proyección de la participación en el mercado | 33 |
| 15.- Aprovechamiento de la alianza con marcas reconocidas | 34 |
| 16.- Positiva actuación de la función de mercadeo..... | 35 |
| 17.- Utilización del Marketing Digital..... | 36 |
| 18.-Implementación de estrategias gerenciales | 37 |

DEDICATORIA

Dedico este logro: En primer lugar a Dios por permitirme culminar esta meta tan grande e importante en mi vida.

A mi madre, Aura Sotillo por enseñarme a tener fe y saber que uno puede cambiar su estrella y por ser mi compañera y apoyo incondicional en este paseo de la vida, tu bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien.

A mi papá, quien es ahora mi ángel que me cuida desde el cielo y me acompaña espiritualmente, porque en vida me brindó su apoyo y me enseñó a creer en mí y seguir adelante con constancia y dedicación. Hoy honro tu memoria y te dedico este triunfo porque sé que desde donde estés te sientes muy orgulloso de mí.

Mi hermana, Aurelys Pérez por su amor incondicional que significa un gran apoyo para mí, con su espíritu de nobleza impulsa una motivación desde las fuerzas de su alma pues ella es mi ejemplo a seguir.

A mi amiga Stefani Pico, eres mi compañera de este proyecto y juntas hemos compartido alegrías, nostalgias y emociones encontradas para culminar con éxito esta meta.

A mi tutora, profesora Lcda. Magaly González, por su entrega y pasión por enseñarnos la vida como profesionales y ser mejor persona.

Mi familia Sotillo en especial a mi tío Baudilio del Valle Sotillo quien es el más grande ejemplo a seguir y quien me ha guiado siempre, inculcando valores y formación a toda la familia. Con todo mi corazón y cariño este logro te lo dedico: ¡mi tío querido!.

A Valle Mágico C.A. que abre sus puertas día a día con la constancia y visión de que tendremos un mejor país y que con el trabajo que aportamos formaremos parte de un valor agregado para comenzar con el cambio de nuestra querida Venezuela.

Yakcely Pérez

DEDICATORIA

Dedico este principalmente a Dios por brindarme fuerzas, esperanza e iluminar cada uno de mis pasos para alcanzar esta meta.

¡A mis Padres! mi papá Ramón Pico, que a pesar que está lejos me orienta y me da fuerza para seguir adelante, a mi mamá Mariana Alonzo, por confiar en mí, por sus concejos y brindarme la oportunidad de llegar hasta aquí, por sus apoyos incondicionales durante toda la carrera.

A Mi abuela Ana, por ser otra madre para mí, y todas sus oraciones cuando tenía algún evaluativo, pero también a su vez, orientarme para ser cada día mejor persona.

A mis hermanas, Daniela Pico y Mariangel Pico por ser mi equilibrio, apoyo y mis mejores amigas.

A mi amiga Yakcely Pérez, por acompañarme en este proyecto y juntas hemos compartido alegrías, nostalgias y emociones encontradas para culminar con éxito esta meta.

A mi tutora, profesora Lcda. Magaly González por su entrega y pasión de enseñarnos la vida como profesionales y ser mejores seres humanos.

A mi Profesora y Amiga Ysabel Pantoja por cada consejo y dedicación y paciencia de tiempo para conmigo durante el proceso estudiantil en la institución.

A la familia, quienes son un pilar en la formación y de valores.

A la Empresa Valle Mágico, C.A. que abre sus puertas día a día con la constancia y visión que tendremos un mejor país y que con el trabajo que aportamos forman parte de un valor agregado para comenzar con el cambio de nuestra querida Venezuela.

A ustedes, Universidad José Antonio Páez, como institución por darnos parte de su tiempo y constancia para que seamos personas orientadas al conocimiento.

Stefani Pico

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por darme la oportunidad de vivir y estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haberme permitido llegar hasta este punto y bendecirme con salud y sabiduría para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. Ya lo he logrado, superaré cada obstáculo en este proceso y en la vida, gracias a estas enseñanzas tan importantes que nos han dejado una huella.

Mi Papa Leonel Pérez, por ser ese ángel que está en el cielo, que me cuida y que está siempre conmigo espiritualmente, se que donde estés te sientes muy orgulloso de mi pues en vida este era uno de tus grandes deseos. Mi amor para ti desde mi corazón.

Aura Sotillo, mi madre, que con tu afecto y tu cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, y de mis ganas de seguir hacia adelante. Eres mi motivación más grande para concluir con éxito esta etapa de mi vida.

Gracias a mi hermana Aurelys Pérez por darme tu confianza y apoyo, quien es mi guía y mi ejemplo a seguir siempre.

Quiero dar un agradecimiento muy especial a mi Familia Sotillo y a mi tío Baudilio del Valle Sotillo quien con su amor y entrega siempre me apoyó y me consintió en este largo camino de la vida quien nunca a soltado mi mano, desde mi corazón te agradezco.

Yakcely Pérez

AGRADECIMIENTO

A mi familia por ser mi principal apoyo y motivación.

A una persona muy especial, que a pesar de estar lejos de mí físicamente, me ha apoyado y animado en cada momento y demostrándome lo inteligente que soy... ¡gracias por estar Siempre!-

A mi colega y compañera Yakcely, por ser más que una amiga, una hermana; ofreciéndome durante los momentos difíciles de este trabajo sus buenos consejos y ayuda.

A la Universidad José Antonio Páez por darme la formación necesaria para ir creciendo personal y profesionalmente, confiando nuevamente en mí.

A mi tutora la Profesora Magaly Gonzales, por aportarme sus conocimientos, además de ofrecerme parte de su tiempo para la culminación de este trabajo. También le agradezco porque más que una tutora, fue una persona que supo brindarnos su apoyo y consejo en todo momento.

Por último, pero más importante, a Dios por darme todas las capacidades y Conocimiento **Y SOBRE TODO ESTAR CONMIGO SIEMPRE EN CADA PASO QUE DOY, POR FORTALECER MI CORAZÓN E ILUMINAR MI MENTE Y POR HABERME PERMITIDO LLEGAR HASTA ESTE PUNTO Y BENDECIRME SIEMPRE PARA LOGRAR MIS OBJETIVOS**, y colocarme al lado de personas tan especiales como ustedes.

¡A todos, muchas gracias!

Stefani Pico

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

**ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LAS
OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA VALLE MÁGICO,
C.A.**

Autoras:

Pérez, Yakcely

Pico, Stefani

Tutor(a):Lcda. Magaly González

Fecha:Marzo2021

RESUMEN INFORMATIVO

La presente investigación se desarrolló en una empresa que comercializa productos de consumo masivo, específicamente del rubro alimentos, la cual ha venido experimentando un crecimiento en los rubros que atiende, sin control, por lo que se plantea el análisis de su operatividad a través de éste estudio, el cual tiene como objetivo general proponer estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico C.A., con el que se busca el mejoramiento de las operaciones de la referida empresa. Metodológicamente se trató de un proyecto factible apoyado en una investigación de tipo descriptiva. Las técnicas e instrumento de recolección de datos fueron la encuesta y la observación directa, aplicada a la totalidad de trabajadores de la empresa; ocho (08) personas, técnicas que permitieron diagnosticar la situación actual de las operaciones dentro de la organización. Los resultados obtenidos permitieron construir la matriz D.O.F.A. para conocer los factores internos y externos que inciden en la situación problemática, así como la formulación de las Estrategias Gerenciales en apoyo a la solución de la problemática planteada. Se concluye entonces que con la propuesta de estrategias gerenciales para la mejora de la operatividad de la empresa se otorga a la gerencia una herramienta en la planificación que impulse la consolidación de la misma en los mercados de los Guayos y Guacara del Estado Carabobo.

Descriptores: Estrategias Gerenciales, Mejora Continua, Optimización de Procesos, Operaciones Administrativas.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la ciencia administrativa se contemplan cuatro actividades, orientadas a facilitar los procesos que conducen a las organizaciones hacia el logro de sus metas y objetivos a saber; planeación, organización, dirección y control, en tanto que todas se ejecutan simultáneamente en menor o mayor grado dependiendo del nivel de ejecución del actor gerencial. Es así, como todo proceso administrativo comienza con la planeación estratégica, utilizando las herramientas de diagnóstico del entorno para fijar el horizonte de actuación; objetivos a corto, mediano y largo plazo. Por otra parte, para garantizar una eficiente y efectiva conducción de las operaciones de cualquier empresa, los gerentes, se valen de las funciones organizativas, las de dirección y las de control.

Además, las organizaciones poseen exigencias respecto a mediciones de eficiencia, eficacia, productividad, por lo que una gestión administrativa eficiente es parte fundamental para el desenvolvimiento efectivo de las empresas, ya que existe una cadena estructural que conecta todos los procedimientos (productivos, financieros, administrativos, tecnológicos, sistemáticos, entre otros-) de tal forma que se logre un equilibrio que permita la adaptación y permanencia de las organizaciones a lo largo del tiempo.

La investigación que a continuación se presenta se centra en la empresa Valle Mágico, C.A., en la cual, se requiere el establecimiento de estrategias gerenciales, que permitan optimizar las operaciones administrativas de la empresa para el aprovechamiento tanto del crecimiento en su capacidad operativa que viene experimentando a través de la incorporación de nuevos rubros de

productos para la satisfacción de su clientela, como para la captación de mayor participación en el mercado.

Según lo antes expuesto, la presente investigación se estructura de acuerdo al siguiente esquema:

El Capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, donde se describe el contexto que involucra la realidad problemática de la organización, también se formula la interrogante de la investigación, adicionalmente, se establecen los objetivos o propósitos del estudio, finalmente, se desarrolla la justificación teórica del nivel de importancia de la propuesta investigativa.

El Capítulo II, este se encuentra referido a la revisión del tema propuesto, en él se describe la indagación bibliográfica de la temática de interés a ser considerados como antecedentes de la investigación. También se plantean los autores utilizados como referencias teóricas que apoyan o sustentarán la investigación y las definiciones de términos básicos proyectados para el desarrollo de la investigación.

El Capítulo III, comprende el marco metodológico de la investigación, el cual hace referencia a los siguientes aspectos: metodología propuesta para el estudio, tipo de investigación, diseño, técnicas e instrumentos, técnica análisis de datos, población y muestra.

El Capítulo IV, este espacio se describirán los resultados obtenidos producto de la ejecución de las fases metodológicas.

Finalmente, el **Capítulo V**, presenta las conclusiones y recomendaciones a las que las autoras ofrecen como producto final de la investigación, seguidamente de las Referencias y anexos pertinentes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1- Planteamiento del Problema

Una de las metas fundamentales de las organizaciones, en cualquier parte del mundo, consiste en alcanzar una posición preponderante en el mercado en el cual se desenvuelven, el poder conquistar espacios y tratar de permanecer en un lugar reconocido viene a ser un imperativo a honrar, para lograrlo se requiere un esfuerzo coordinado de todos los componentes de la organización, la mezcla de lo operativo con las funciones de apoyo, como lo administrativo, es la clave para el éxito.

La función administrativa en los diferentes tipos de industrias, y en especial las de comercialización, requiere de una serie de acciones orientadas a aportar valor a cada etapa de los procesos que se desarrollan dentro de la misma; las funciones de compras, almacenaje, mercadeo, ventas, distribución y el apoyo administrativo, forman parte de ese gran esfuerzo coordinado para el logro de los objetivos.

En este contexto, la empresa Valle Mágico, C.A. empresa ubicada en Urb. Buenaventura, manzana 2, transversal 9C, Nro. 145 Los Guayos, Edo. Carabobo, dedicada a la actividad compra-venta al mayor y al detal, importación y exportación, almacenamiento, distribución y comercialización de confitería, charcutería, quincallería en general, productos y alimentos para el consumo humano nacionales e importados, actividad que viene desarrollando desde hace siete (07) años con gran aceptación en el mercado inmediato donde se encuentra, durante los últimos tres (03) años y a raíz del otorgamiento del código de distribuidor PEPSICO se proyecta incursionar también en los

supermercados, farmacias, bodegas, abastos, minimarket de la zona de los Guayos y Guacara, a pesar de ésta aceptación, se vienen presentando situaciones como; quejas y reclamos de los clientes por inadecuada atención de los vendedores, incomodidad a la hora de cancelar sus compras, al no contar con punto de ventas así como también la discrepancia en la determinación de la tasa de cambio a la hora de recibir divisas, aspectos que en un futuro próximo puede afectar la evolución positiva de la empresa para lo que se amerita la formulación de estrategias gerenciales que le permitan optimizar sus operaciones administrativas y conquistar esos espacios propuestos, generando mayor volumen de ventas, maximizando su rentabilidad, posición en el mercado y su consolidación como empresa del ramo de consumo masivo en Carabobo.

1.2.- Formulación del Problema

¿De qué manera se puede optimizar las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico C.A.?

1.3.- Objetivos de la Investigación

1.3.1.- Objetivo General

Proponer Estrategias Gerenciales para la optimización de las operaciones Administrativas de la empresa Valle Mágico C.A.

1.3.2- Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa Valle Mágico C.A., en cuanto a su estructura organizativa, productividad y proyección en el mercado, a través de la implementación de técnicas de recolección de datos.

- Determinar la situación estratégica de las operaciones de la empresa Valle Mágico, C.A., a través de una matriz Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).
- Diseñar estrategias Gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A.

1.4.- Justificación de la Investigación

Este trabajo de investigación se justifica en la necesidad de crear estrategias que sustenten la fiabilidad en la información, la correcta ejecución de los procedimientos en los distintos departamentos de la organización, llevando consigo la mejora notable de sus funciones y el progreso de sus actividades, asumiendo el reto que impone su desarrollo, por lo que aportará una herramienta para la solución de problemas que afectan el óptimo cumplimiento de las metas en cuanto a las operaciones administrativas, que garantizarán el logro de los objetivos de posicionamiento en el mercado, así como la sostenibilidad del negocio en el tiempo para la empresa Valle Mágico, C.A.

Por otro lado, servirá de posible aplicación a otras empresas nacionales de consumo masivo. En cuanto al aporte institucional, este trabajo podrá servir de base para futuras consultas y puntos de referencias, desde el punto de vista académico, se pueden enfatizar los aportes obtenidos en la Universidad José Antonio Páez para realizar este trabajo, siendo aplicados gran parte de los conocimientos obtenidos durante la carrera. Además, servirá de marco referencial y proporcionará información valiosa para otras investigaciones tanto de otras Universidades como de la misma, al iniciar la búsqueda de posibles propuestas para futuras soluciones a estudiantes y actividades que deseen profundizar en el tema.

Aunado a lo antes mencionado, el presente estudio será de gran ayuda para las autoras, ya que permitirá aportar conocimientos académicos, a fin de optimizar su desempeño profesional en el ámbito académico y laboral.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes de la Investigación

Este capítulo se presentarán los antecedentes de la investigación, la cual está referida a estudios previos y trabajos de grado, cuyo contenido ofrecen datos e información importante relacionados, de una u otra forma, al tema de investigación. A continuación, se presentan algunos trabajos que sirvieron de soporte para la realización de la misma:

Barbiero y Teppa (2020) en **“Estrategias de integración vertical para el reimpulso de la distribución de los productos de la empresa Embotelladora Venezuela C.A.”** Trabajo de Grado presentado en la Universidad José Antonio Páez para optar al Título de Licenciados en Administración de Empresas, abordó el tema de Estrategias de Integración en empresa de consumo masivo, teniendo como objetivo general el proponer estrategias de integración vertical para el reimpulso de la distribución de los productos de la empresa Embotelladora Venezuela C.A.

La metodología se ubicó en la modalidad proyecto factible, con diseño de campo y nivel descriptivo. El estudio fue dirigido a la población que forma parte del área de distribución de la empresa Embotelladora Venezuela C.A. para un total de 12 personas a quienes se le aplicó una encuesta, cuyos resultados tabulados permitieron establecer Estrategias de Integración Vertical en pro del reimpulso en el mercado de la empresa Embotelladora Venezuela C.A.

El trabajo en referencia se relaciona con el estudio en la empresa Valle Mágico C.A, puesto que en ambos se pretende maximizar la posición en el mercado de las empresas y la forma de abordar la propuesta a través de la

puede ser adaptable como una alternativa viable para dar solución a la problemática de la empresa Valle Mágico, C.A.

Segura (2019) en su trabajo titulado “**Direccionamiento organizacional con el enfoque de aprovechamiento de recursos y productividad del segmento camioneta radial, en el área final de la empresa Firestone**”, Trabajo de Grado presentado en la Universidad José Antonio Páez para optar al Título de Licenciado en Administración de Empresas, tuvo como propósito diseñar estrategias que permitan mejorar la gestión administrativa en el aprovechamiento de recursos y productividad del segmento camioneta radial, de la empresa Firestone, para el cumplimiento del ticket de producción mensual estimado. Entre los síntomas del problema se pudo observar el mal manejo de la producción, aplicación de estrategias administrativas poco efectivas, poca confiabilidad en la información que se maneja y toma de decisiones con poco acierto.

La investigación fue de tipo factible, con un enfoque cuantitativo, el cual, metodológicamente, permitió desarrollar el estudio en tres fases, para finalmente establecer las estrategias para la mejora de la productividad y crecimiento empresarial.

El trabajo de Segura, se vincula con la presente investigación en tanto que, al igual que para la empresa Valle Mágico, C.A., se pretende establecer estrategias gerenciales para la mejora de los procesos administrativos, que servirá de apoyo en la estructuración de los instrumentos de recolección de la información.

Pigorini y Pirela, (2019) “**Estrategias gerenciales para el crecimiento empresarial de la empresa Inversora Agropecuaria R3A, S.A.** Trabajo de Grado presentado en la Universidad José Antonio Páez para optar al Título de Licenciados en Administración de Empresas, tuvo como propósito diseñar estrategias gerenciales para el crecimiento empresarial de la empresa Inversora Agropecuaria R3A, S.A., la cual presentó algunos inconvenientes en relación

al manejo administrativo – gerencial que limitó su crecimiento como organización. Entre esas limitaciones se pudieron observar, mal manejo de la producción agropecuaria, inversiones poco productivas, aplicación de estrategias administrativas poco confiables, poca confiabilidad en la información que se maneja y toma de decisiones poco acertadas.

La investigación fue de tipo factible, con un enfoque cuantitativo, el cual metodológicamente permitió desarrollar tres fases, las cuales dieron paso a establecer las estrategias de crecimiento empresarial. La población en estudio se correspondió con un universo de 5 personas que laboran en la empresa. Para la obtención de los resultados se utilizaron como técnica la encuesta, y como instrumentos, un cuestionario: representado por un conjunto de 8 preguntas.

El trabajo de investigación de Pigorini y Pirela se relaciona con el actual en cuanto se busca por medio del establecimiento de estrategias gerenciales el crecimiento de la organización, siendo un referente importante para abordar el enfoque teórico que fundamenta la presente investigación.

Sayago, (2017), **“Estrategias administrativas para la consolidación de equipos de trabajo de la organización Prored de Fuxion Venezuela”**, trabajo de grado, presentado para optar al título de Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad José Antonio Páez, tuvo como objetivo general proponer estrategias administrativas para la consolidación de equipos de trabajo en la organización PRORED de Fuxion Venezuela, la propuesta busca el mejoramiento del desempeño y productividad entre los equipos de trabajo para el logro de los objetivos y metas que en la misma se plantean.

La investigación se trata de un proyecto factible de tipo descriptiva. Las técnicas e instrumento de recolección de datos fueron la observación directa, la cual permitió diagnosticar la situación actual dentro de la organización estudiada. También se empleó una encuesta de preguntas cerradas, aplicada a la muestra seleccionada dentro de la población existente, conformada por 20

individuos que forman parte de la organización. Los resultados obtenidos permitieron construir la matriz D.O.F.A. para conocer los factores internos y externos que inciden dentro del equipo de trabajo de la organización.

El estudio anteriormente reseñado se vincula con la presente investigación en cuanto aborda una situación problemática similar en las operaciones de la empresa, situación que se busca solventar a través de estrategias administrativas.

Por último, Manfrediy Ramos (2015), realizaron un estudio titulado: **“Estrategias para optimizar los procesos administrativos de la empresa Unisid, C.A. ubicada en Valencia Edo. Carabobo”** Trabajo especial de Grado para optar al título de Licenciado en Administración en la Universidad José Antonio Páez, siendo su objetivo el de mejorar la parte administrativa de la organización, realizando un proyecto factible apoyado en una investigación de campo, del cual pudo concluir que las organizaciones deben encontrarse plenamente identificadas con su misión, visión y valores para cumplir con sus objetivos, realizando revisiones periódicas destinadas a la mejora del proceso administrativo.

Según lo antes expuesto se vincula con esta investigación al determinar que el trabajo de la gestión administrativa es algo que debe ser constante en las empresas, es decir, trabajar a diario en los sistemas de control interno y los procesos administrativos sin descuidar cada fase, el hecho de que en una entidad los procedimientos se estén cumpliendo a cabalidad no indica que deben dejar de ser supervisados porque es algo que debe irse adaptando a los cambios diarios del mercado y a las exigencias del público que siempre serán nuevas, lo cual permite establecer una idea un poco más clara del sistema a manejar para mejorar la gestión administrativa considerando que se persigue el mismo fin.

2.2.- Bases Teóricas

Para Arias (2006), “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado” (p.107). Dichas teorías contemplan los aspectos que influyen en el área de investigación del presente proyecto, por lo cual resulta un apoyo informativo relevante para el desarrollo del mismo. Por lo tanto, una vez abordada la problemática relacionada con la investigación e identificados los lineamientos de acción, surgió la necesidad de crear la base teórica necesaria para la realización de este trabajo. Para el desarrollo de esta investigación se tomarán como base algunas teorías y enfoques relacionados con el tema, que servirán como sustento al estudio. A continuación se describen cada una de ellas:

2.2.1- Estrategias Organizacionales

Fred (1997), puede definirse como la creación, implementación y evaluación de las decisiones dentro de una organización, en base a la cual se alcanzarán los objetivos a largo plazo, es decir, con enfoque en un plano estratégico(p. 45).

2.2.2- Diseño Organizacional

Según lo define Fred. (1997), en su libro “Conceptos de Administración Estratégica”, el diseño organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones, conectando los departamentos en un organigrama (p. 32).

2.2.3- Administración

La administración puede definirse de diferentes formas, al igual que muchas otras áreas del conocimiento humano, pero es posible conceptualizarlas e incluir sus aspectos más importantes a través del análisis y síntesis de diversos especialistas como Koontz(2004), consideran que la administración es “...la dirección de un organismo social y su forma efectiva en alcanzar sus objetivos fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes” (p. 6 y 14).

Por otra parte, Chiavenato (2006), la define como “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales” (p. 10).

2.2.4.- Teoría Neoclásica de la Administración

La teoría de la administración enseñaba reglas y principios universales para manejar la certidumbre y lo previsible. El gran cambio empezó en la década de 1950, cuando apareció la teoría neoclásica de la administración. En este sentido, Chiavenato (2006), plantea que “la Teoría Neoclásica también se le llama escuela del proceso administrativo porque concibe la administración de las organizaciones como un proceso cíclico y continuo” (p. 77).

La teoría administrativa consta de cuatro funciones:

Planeación: Fase del proceso administrativo que establece los objetivos a alcanzar e identifica las estrategias y acciones que se necesitan para lograrlos. Los objetivos se definen de forma integrada e indican hacia dónde se dirige la organización.

Organización: Fase del proceso administrativo que define la división del trabajo que será desempeñado por medio de tareas en distintos órganos o puestos; también se ocupa de coordinar los esfuerzos para garantizar que se alcance el propósito deseado (integración).

Dirección: Fase del proceso administrativo que coordina y reúne los esfuerzos de todas las personas a efecto de garantizar que desempeñen sus tareas de modo que la organización alcance sus objetivos.

Control: Fase del proceso administrativo que evalúa el desempeño, compara los resultados con los objetivos y aplica medidas correctivas cuando es necesario.

2.2.5- Administración Estratégica

De acuerdo al autor Fred (1997), la administración estratégica “es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones interfuncionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos” (p. 4). Esta definición implica que la administración estratégica pretende integrar la administración, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, la producción, las operaciones, la investigación, el

desarrollo y los sistemas de información computarizados para alcanzar el éxito de la organización.

2.4.- Definición de Términos Básicos

Debilidades: son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar.

Eficacia: es la capacidad de una organización para cumplir con los objetivos propuestos.

Eficiencia: es el uso apropiado de las herramientas que se cuenta para alcanzar los objetivos.

Fortalezas: son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas, es decir, son aquellos elementos que hacen a una organización fuerte y diferente.

Gestión Administrativa: es la forma en que se utilizan los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados.

Método: secuencia de pasos preestablecidos de inspección del caucho en un tiempo determinado.

Organización: proceso de arreglar la estructura de una organización para coordinar sus métodos generales y emplear los recursos para alcanzar sus metas.

Procedimiento: es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias.

Proceso Administrativo: es un conjunto de funciones administrativas que buscan aprovechar al máximo cada recurso que posee una empresa de forma correcta, rápida y eficaz.

Productividad: relación entre producción de bienes y servicios (salida), y los insumos (entrada) de recursos humanos y no humanos.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico, apunta el cómo se elaboró el estudio en la investigación, con el fin de examinar las técnicas y los métodos con la manera de recopilar la información dentro de la investigación y donde de alguna manera se define el tipo y diseño de la investigación, tal como lo indica Arias, (2006), “es el cómo se realizará el estudio para responder al problema planteado” (p.110).

En este orden de ideas, en la presente investigación se estructuró la metodología o ruta a seguir por las autoras en relación al tipo, nivel, diseño de investigación, además de la población y muestra, las técnicas de recolección de datos, así como la validez y la confiabilidad de los instrumentos a utilizar. De la misma forma, se estableció el procedimiento seguido en el estudio, aspectos que se presentan a continuación:

3.1.- Tipo de Investigación

La presente investigación se ubica en la modalidad de proyecto factible, según, Balestrini (2008), define el proyecto factible como: “la elaboración de una propuesta o de un modelo operativo viable, para aportar una solución posible a un problema de tipo práctico para satisfacer las necesidades de un grupo social” (p.70). Asimismo, según el nivel de conocimiento a obtener la investigación se tipifica como descriptiva. Según Arias, (2006), opina sobre la investigación descriptiva: “Es el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; trabajando así, sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta” (p.41).

3.2.- Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es de campo, y representa la estrategia a cumplir para desarrollar la investigación; contiene de una manera estructural y funcional cada etapa del proceso y depende del tipo de investigación seleccionado. Al respecto, Arias, (2006), plantea que la investigación de campo es: “aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna” (p.31). En lo citado se aborda que este tipo de diseño es el que permite recolectar la información directamente del ambiente o campo de trabajo.

3.3. Fases Metodológicas

En virtud de los objetivos planteados para la elaboración de la presente investigación se desarrollaron tres (03) fases metodológicas, detalladas de la manera siguiente:

Fase I. Diagnóstico de la situación actual de la empresa Valle Mágico C.A., en cuanto a su estructura organizativa, productividad y proyección en el mercado, a través de la implementación de técnicas de recolección de datos.

Para llevar a cabo esta fase se debió determinar la población y muestra. De manera, que la población o universo, está constituida por el conjunto de individuos que pueden ser de utilidad para obtener información respecto a la investigación. De acuerdo, con Balestrini (2008), la población “...puede estar referida a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación” (p.137). Por lo tanto, en este estudio la población estuvo conformada por ocho (08) personas que laboran en la empresa.

Así mismo, el procedimiento de muestreo que se utilizó fue el no probabilístico intencional, debido a que la selección de los sujetos es realizada de manera directa por las investigadoras. Es por ello, que Hernández, Fernández y Baptista (2003),

definen la muestra no probabilística o “también llamadas muestras dirigidas que suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario. Aun así, se utiliza en muchas investigaciones y a partir de ellas se hacen inferencias sobre la población” (p. 144). Debido a que la población en este proyecto contempla un número relativamente pequeño de elementos, se utilizó el cien por ciento (100%) de la población, lo que para Arias (2016: 90) se conoce como muestra censal.

Las técnicas de recolección de la información utilizadas fueron la técnica de la encuesta. Al respecto, Arias (2016:96), define la encuesta: “como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema en particular”.

Por su parte, Tamayo (2017:122), define al cuestionario como: “un instrumento de investigación que se aplica a un grupo de individuos, con la finalidad de obtener informaciones internas y colectivas que sirvan de base a la investigación, ajustándose así, a una disciplina en particular”, de esta manera se pretendió conocer la percepción del grupo de personas encuestadas sobre aspectos relacionados a las variables del problema, con la aplicación del cuestionario comprendido de dieciocho (18) preguntas cerradas de tipo dicotómicas con opciones únicas de respuesta (si-no). Ver anexo “A”.

Paralelamente, las investigadoras desarrollaron la técnica de observación directa, a fin, de recabar datos y hechos relacionados con las variables en estudio. Hernández, Fernández y Baptista (2016:69), la define como una técnica: “que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos”, esta técnica se aplica con apoyo de una lista de cotejo que, de acuerdo a Arias (2016:70), señala que: “también es denominada lista de control o de verificación, es un instrumento en el que se indica la presencia o ausencia de un aspecto o conducta a ser observada”. El modelo de la lista de cotejo aplicada se encuentra detallado en el Anexo B.

Una vez aplicados los instrumentos se procedió tabular los resultados a través de la estadística descriptiva y facilitar así el análisis de los factores internos y externos de la situación estudiada.

Fase II: Determinación de la situación estratégica de las operaciones de la empresa Valle Mágico, C.A., a través de una matriz Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

En esta fase, se identificaron los factores tanto internos como externos que intervienen en las operaciones de la empresa para lo cual se empleó como herramienta la Matriz FODA; método de planificación usado para determinar los aspectos buenos y malos de determinadas situaciones, instituciones u organizaciones, permitiendo de tal forma, buscar soluciones para sus aspectos negativos, logrando así la mejoría progresiva dentro de la misma. Este análisis ayudó a evaluar las Fortalezas y Debilidades relacionadas con el ambiente interno y las Oportunidades y Amenazas que están vinculadas al ambiente externo.

Fase III: Diseño de estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A.

En esta fase se encuentra la estructura de la propuesta. La cual se contempla los siguientes aspectos:

- Ü Presentación de la propuesta
- Ü Justificación
- Ü Objetivos de la propuesta
- Ü Factibilidad
- Ü Desarrollo
- Ü Conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis e Interpretación de los Resultados

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, sobre los cuales se determinaron los factores que inciden y se deben contemplar para la elaboración de estrategias gerenciales que impulsen el desarrollo y proyección de la empresa en estudio. El análisis permitió desarrollar las fases metodológicas para alcanzar el objetivo principal de proponer estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A.

De acuerdo a Rojas (2012), quien expresa que:

El análisis consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las distintas cuestiones planteadas en la investigación. La interpretación es el proceso mental mediante el cual se trata de encontrar un significado más amplio de la información empírica recabada. (p.45)

4.1.1. Diagnóstico de la situación actual de la empresa Valle Mágico C.A., en cuanto a su estructura organizativa, productividad y proyección en el mercado, a través de la implementación de técnicas de recolección de datos.

La presente fase consisten el realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa Valle Mágico C.A., en cuanto a su estructura organizativa, productividad y proyección en el mercado a través de aplicación

en primer lugar de la técnica de la encuesta, dónde se pudo conocer por medio de la aplicación de un cuestionario, la percepción que tienen los trabajadores sobre la gestión administrativa y operaciones de la empresa, tal como se indicó en el capítulo III; referente a los aspectos metodológicos, se encuestaron a la totalidad de la población; ocho (08) trabajadores de la empresa, los resultados del instrumento fueron tabulados en tablas de frecuencia, graficados en diagramas circulares, e interpretados.

Seguidamente, se plasman los resultados de la aplicación de la técnica de observación directa, la cual recoge las percepciones de las investigadoras con relación a las variables en estudio, a través de la utilización de una ficha o guía de observación, éste instrumento resume de manera sencilla las observaciones y anotaciones que sobre las diferentes variables y dimensiones estudiadas y que intervienen en la situación problemática. Observaciones que fueron realizadas durante un periodo de presencia física en la empresa, comprendido por cuatro semanas durante el mes de febrero del año 2021.

Los resultados obtenidos de la aplicación de ambas técnicas y su tratamiento estadístico se presentan a continuación:

4.1.1.1. Resultados de la Aplicación del Cuestionario.

Sobre la Gestión Administrativa (Proceso Administrativo):

1.- ¿Existe un manual de Organización u otro documento donde se establezcan los objetivos y metas de la empresa?

Tabla 1.- Planificación Estratégica (Manual de Organización)

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 0 | 0% |
| NO | 8 | 100% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

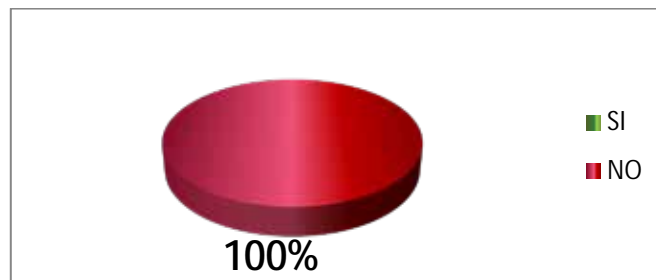


Gráfico 1.- Planificación Estratégica (Manual de Organización).

Fuente: Tabla 1

Análisis

En el presente gráfico se observa que, el cien por ciento (100%) de los encuestados respondieron que no existe un manual de organización u otro documento donde se establezcan los objetivos y metas de la empresa, siendo éste una herramienta la planificación estratégica de las organizaciones. El no contar con un Manual de Organización deja a la gerencia y al resto de los miembros de la organización sin una guía para la conducción de las actividades de la empresa, se deja a un lado el establecimiento de metas y objetivos, carece de lineamientos para la actuación de sus miembros (principios y valores).

2.- ¿Las actividades de la semana son planificadas??

Tabla 2.- Planificación de las actividades semanales.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|------------------------|------------------------|
| SI | 0 | 0% |
| NO | 8 | 100% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

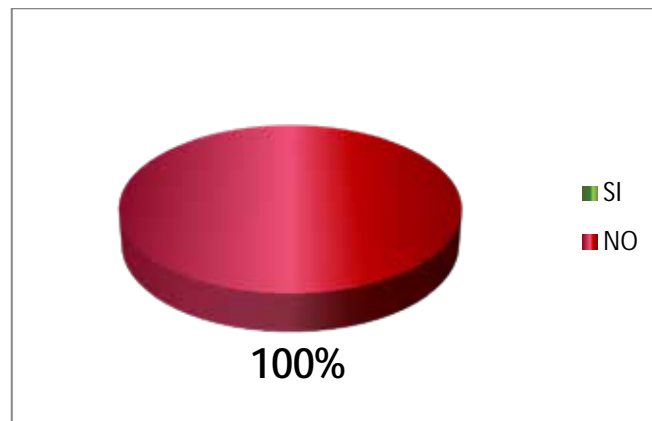


Gráfico 2.- Planificación de las actividades semanales

Fuente: Tabla 2.

Análisis

Al consultar sobre la planificación semanal de las actividades, el cien por ciento (100%) de los trabajadores expresaron que las actividades de la semana no son planificadas, confirmando de esta manera el hecho de la carencia de una cultura hacia la planificación, evidenciando así una debilidad presente en la manera en cómo se lidera la empresa y resaltando la necesidad de establecer estrategias que solvente esta situación.

3.- ¿Se realizan proyecciones de ventas, compras, inventarios?

Tabla 3.- Proyección de ventas, compras e inventarios

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|------------------------|------------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

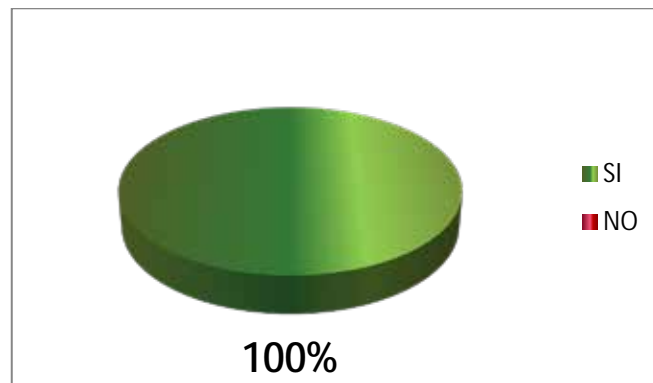


Gráfico 3.- Compras Proyección de ventas, compras e inventarios.

Fuente: Tabla 3.

Análisis

En el presente gráfico se puede observar que, ante esta interrogante, el cien por ciento (100%) de los encuestados, manifestó que si se realizan proyecciones de ventas, compras e inventario, lo que viene a evidenciar el conocimiento del mercado y del negocio de la gerencia de la empresa, teniendo entonces ésta fortaleza a la hora de establecer lineamientos estratégicos para las operaciones de la misma, ya que cuenta con información valiosa necesaria para el diagnóstico inicial y la posterior proyección de las actividades.

4.-¿Existen políticas para el manejo de proveedores, clientes e inventarios?

Tabla 4.- Políticas para el manejo de proveedores, clientes e inventarios

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

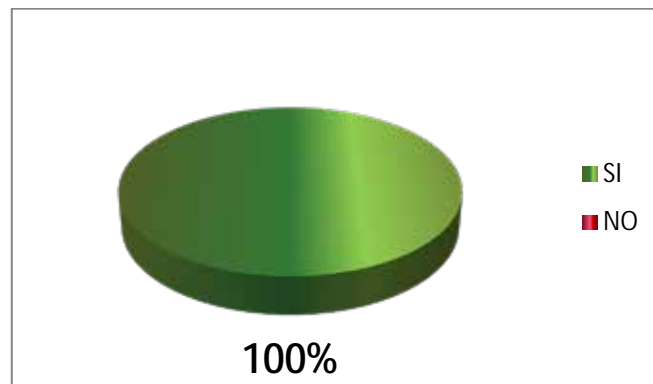


Gráfico 4.- Políticas para el manejo de proveedores, clientes e inventarios

Fuente: Tabla 4.

Análisis

Se observa en el gráfico como el cien por ciento (100%) de los encuestados, respondió afirmativamente sobre la existencia de políticas para el manejo de proveedores, clientes e inventario, siendo éste aspecto de elevada importancia, porque representa un punto de partida a considerar en el momento de establecer una guía de actuación para cada departamento de la empresa, entre los cuales se destacan lo que sería el manejo y tratamiento con los proveedores, los clientes y la mercancía, elementos esenciales de la empresa Valle Mágico, C.A.

5.-¿Sus funciones dentro de la empresa están claramente definidas?

Tabla 5.- Claridad en las funciones de los trabajadores

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

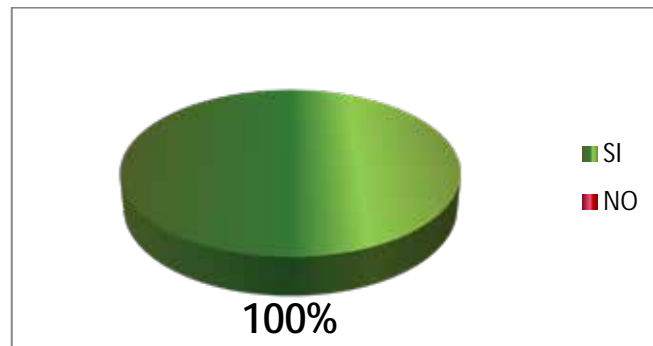


Gráfico 5.- Claridad en las funciones de los trabajadores

Fuente: Tabla 5.

Análisis

En cuanto a si las funciones de los trabajadores de la empresa Valle Mágico, C.A., éstos respondieron que si están claramente definidas, por lo que se puede inferir que existe una gerencia comunicativa y asertiva al observar cómo los trabajadores perciben están siendo liderados, ya que al no contar con manuales que soporten lo estratégico y los procedimientos, se entiende entonces que la carga en la transmisión de lineamientos y funciones está siendo solventada de manera informal, situación ésta que se puede corregir con el establecimiento de estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones en lo administrativo de la empresa.

6.- ¿Al momento de ingresar a la empresa le fue brindada una capacitación para el desempeño de su cargo?

Tabla 6.- Capacitación para el desempeño de los cargos

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

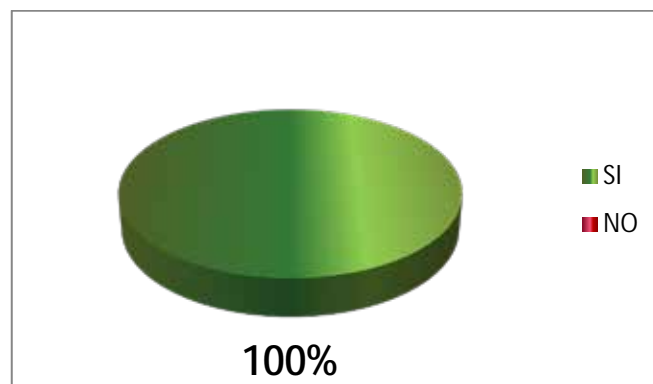


Gráfico 6.- Capacitación para el desempeño de los cargos

Fuente: Tabla 6.

Análisis

Al consultar sobre la capacitación para el desempeño de los cargos, el cien por ciento (100%) de los trabajadores de la empresa Valle Mágico, C.A., afirmaron que si recibieron una adecuada capacitación infiriéndose entonces que existe una gerencia comunicativa y asertiva, que observa como importante el tema de la capacitación del recurso humano y que esto representará una ventaja para generar competitividad y logro de metas y objetivos.

7.- ¿Con el personal existente se puede llevar a cabo las operaciones de manera eficiente?

Tabla 7.- Suficiencia del Recurso Humano

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

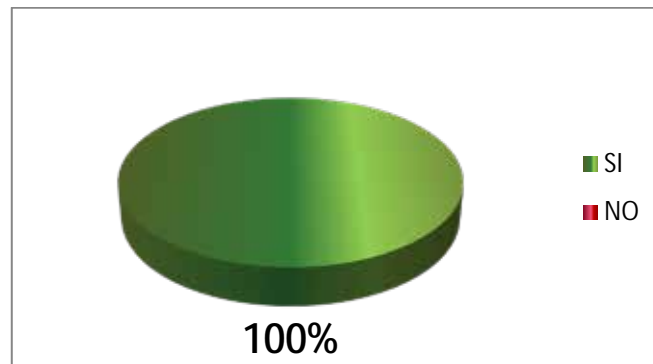


Gráfico 7.- Suficiencia del Recurso Humano

Fuente: Tabla 7.

Análisis

Cien por ciento (100%) de los consultados con relación a si con el personal existente se puede llevar a cabo las operaciones de manera eficiente, manifestaron que si, lo que significa que aunado con las funciones claramente establecidas, una adecuada capacitación y buen liderazgo la empresa está dispuesta para que al plantearse objetivos y metas, en un escenario de planificación podrá alcanzar los retos planteados.

8.- ¿Se utiliza para el manejo del inventario un sistema administrativo?

Tabla 8.- Sistema Administrativo para el manejo de los inventarios

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

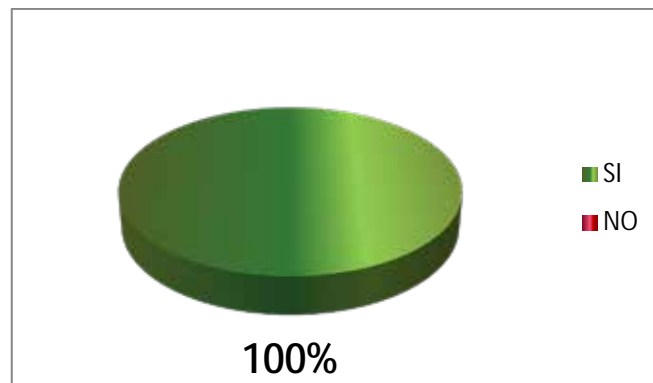


Gráfico 8.- Sistema Administrativo

Fuente: Tabla 8.

Análisis

Sobre el uso de un sistema administrativo para el manejo de los inventarios, el cien por ciento (100%) de los trabajadores afirmó su existencia, los sistemas administrativos vienen a constituirse en una herramienta fundamental para la gerencia, permiten organizar la información de tal manera que pueda ser consultada oportunamente y permita la toma de decisiones acertadas y en el tiempo pertinente.

Sobre la Productividad y eficiencia:

9.- ¿En el último año se ha incrementado el número de proveedores?

Tabla 9.- Crecimiento de la cartera de Proveedores en el último año

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

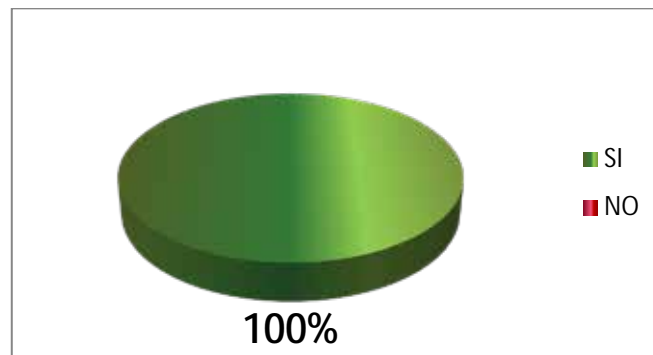


Gráfico 9.- Crecimiento de la carteta de proveedores

Fuente: Tabla 9.

Análisis

Para una adecuada gestión del negocio de compra venta de alimentos y mercancías como es el caso de la empresa Valle Mágico, C.A., se debe tener especial cuidado con el manejo de los proveedores, el éxito de toda empresa que comercializa bienes de consumo masivo y alimenticios está en tener variedad y cantidad de los productos que ofrece a su clientela, por lo tanto, el hecho de que se haya incrementado el volumen de proveedores que mantienen relaciones comerciales con la empresa es un buen síntoma de conducción y gerencia.

10.- ¿A nivel general los proveedores de la empresa son evaluados con una actuación positiva?

Tabla 10- Evaluación positiva de los proveedores

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

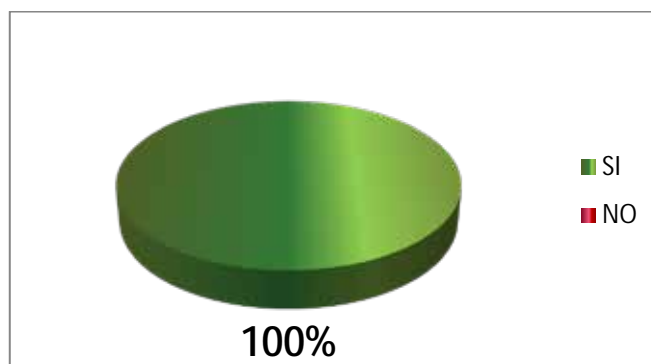


Gráfico 10.- Evaluación positiva de los proveedores

Fuente: Tabla 10.

Análisis

Para una adecuada gestión del negocio de compra venta de alimentos y mercancías como es el caso de la empresa Valle Mágico, C.A., se debe tener especial cuidado con el manejo de los proveedores, el éxito de toda empresa que comercializa bienes de consumo masivo y alimenticios está en tener variedad y cantidad de los productos que ofrece a su clientela, por lo tanto, el hecho de que se haya incrementado el volumen de proveedores que mantienen relaciones comerciales con la empresa es un buen síntoma de conducción y gerencia.

11.-¿En el último año se ha incrementado el volumen de las ventas en unidades?

Tabla 11- Crecimiento de las Ventas

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

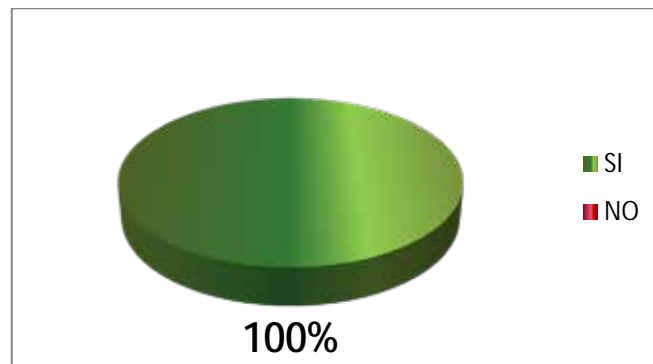


Gráfico 11.- Crecimiento en las Ventas

Fuente: Tabla 11.

Análisis

A pesar de haber tenido durante el último año, los embates de una crisis sanitaria por la pandemia y aunado a la crisis económica que viene presentando el país y para hacer comparativos adecuados, se le consultó a los trabajadores sobre su percepción respecto al crecimiento de las ventas de la empresa durante el año anterior a lo que el cien por ciento (100%) de los encuestados respondieron afirmativamente, infiriéndose entonces que existe una gran oportunidad de crecimiento sostenido para la empresa Valle Mágico, C.A., producto de su expansión y permanencia en el mercado.

12.- Se puede afirmar que se satisface los requerimientos de los clientes al 100%?

Tabla 12.- Satisfacción de los Clientes.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 0 | 0% |
| NO | 8 | 100% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

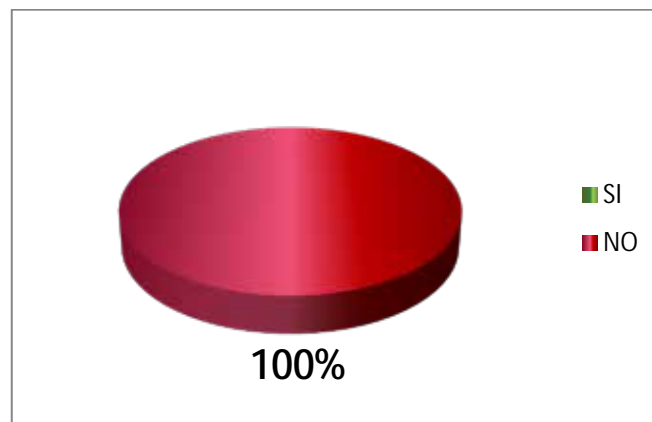


Gráfico 12.- Satisfacción de los Clientes

Fuente: Tabla 12.

Análisis

Con relación a la medición del indicador de satisfacción de los clientes en la percepción de los trabajadores, la totalidad de éstos cien por ciento (100%) confirmó que no se satisface a cabalidad los requerimientos de los clientes, esta situación debe ser profundamente analizada puesto que si bien es cierto se han incrementado las ventas por una parte, al igual que la cartera de proveedores y por ende el inventario de productos, existe una sensación de inconformidad que pudiera estar señalando una oportunidad de seguir creciendo.

13.- ¿Se presentan con frecuencia inconformidades por parte de los clientes por la atención recibida por parte del personal?

Tabla 13- Inconformidad en la Atención a los Clientes

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

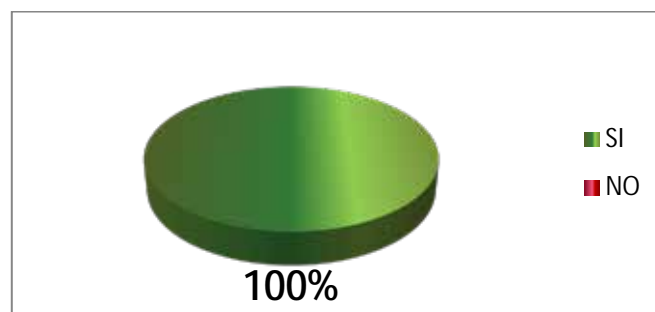


Gráfico 13.- Inconformidad en la Atención a los Clientes

Fuente: Tabla 13.

Análisis

El cien por ciento (100%) de los consultados con relación a si se presentan con frecuencia inconformidad por parte de los clientes en la atención recibida por parte del personal de la empresa, éstos confirmaron la existencia de inconformidad, entendiendo que la atención al cliente combina todas aquellas actuaciones con intención de garantizar la concreción de una venta, que va más allá del buen trato, sino también que involucra el valor agregado que se puede llevar un cliente o visitante a la empresa. Esta situación de no superarse podría desencadenar un retroceso en los niveles de aceptación que ha alcanzado la empresa en el mercado que atiende, como lo es el municipio los Guayos del Estado Carabobo.

Sobre la proyección en el mercado:

14.- Existen objetivos y planes para incrementar la participación en el mercado local, regional, estatal?

Tabla 14.- Proyección de la participación en el mercado.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 0 | 0% |
| NO | 8 | 100% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

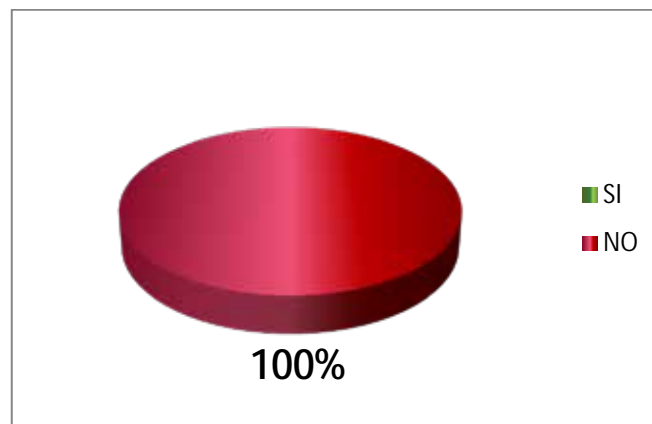


Gráfico 14.- Proyección de la participación en el mercado.

Fuente: Tabla 14.

Análisis

Cien por ciento (100%) de los consultados sobre si existen objetivos y planes para incrementar la participación en el mercado local, regional, estatal, manifestaron que no existen, para que una empresa puede ver consolidada su permanencia en el mercado debe fijar objetivos y metas en cuanto a crecimiento, teniendo que ver esto con la forma como aborda sus mercados naturales cercanos, como experimenta en las zonas geográficas más distantes.

15.- ¿Es aprovechada la apertura comercial con marcas de bebidas y snack?

Tabla 15- Aprovechamiento de la alianza con marcas reconocidas

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

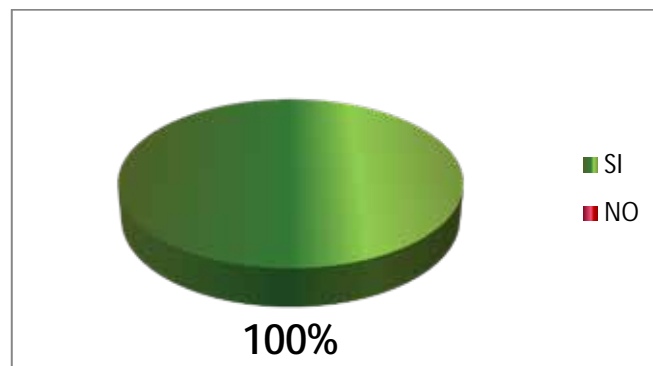


Gráfico 15.- Aprovechamiento de la alianza con marcas reconocidas

Fuente: Tabla 15.

Análisis

Al consultar sobre el aprovechamiento de la apertura comercial en la distribución de los productos de marca reconocidas de bebidas y snacks, los trabajadores cien por ciento (100%) manifestaron que sí. La empresa Valle Mágico, C.A., tiene actualmente y desde hace varios años la distribución en la zona de productos PEPSICO, lo que trajo como consecuencia favorable un impulso en las ventas no solo de los productos de la alianza, sino que por efecto de empuje la salida de los demás productos que comercializa. Por tanto esta estrategia debe seguir aplicándose dado los resultados positivos que ha traído a la empresa, consolidando la imagen de la empresa en la zona.

16.- ¿Puede evaluarse la gestión de promoción y mercadeo como positiva durante el último año?

Tabla 16. Positiva actuación de la función de mercadeo

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

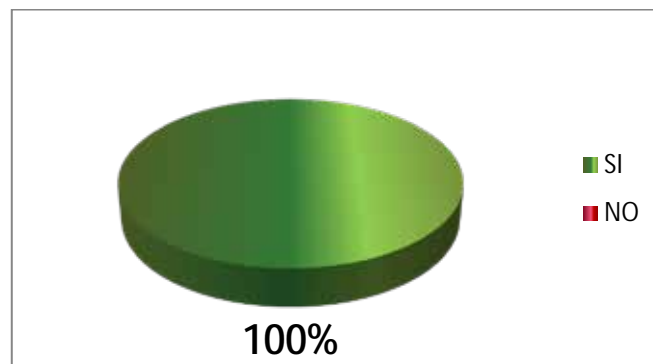


Gráfico 16. Positiva actuación de la función de mercadeo

Fuente: Tabla 16.

Análisis

Los trabajadores consultados en un cien por ciento (100%) señalaron como positiva las gestiones de promoción y mercadeo de la empresa. Esto desde la percepción de los trabajadores se puede considerar una fortaleza que se debe explotar en marco al establecimiento de estrategias gerenciales para la mejor operatividad y gestión administrativa de la empresa Valle Mágico, C.A. La función de mercadeo en toda organización conlleva una serie de responsabilidades que giran en torno a la evaluación del mercado, el establecimiento de planes y estrategias orientadas a alcanzar objetivos de posicionamiento, expansión, fidelización de los clientes, entre otros.

17.- ¿Se desarrolla el marketing digital como herramienta para el posicionamiento de la empresa en el mercado local?

Tabla 17.- Utilización del Marketing Digital.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 0 | 0% |
| NO | 8 | 100% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

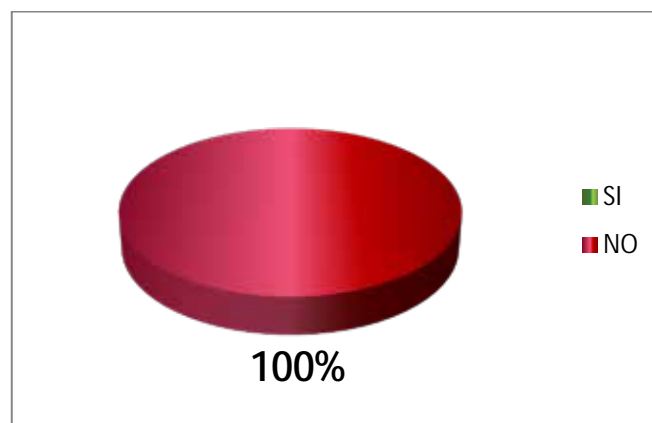


Gráfico 17.- Utilización del Marketing Digital.

Fuente: Tabla 17.

Análisis

Con respecto a la utilización del marketing digital como herramienta para lograr el posicionamiento de la empresa, el cien por ciento (100%) de los trabajadores respondió negativamente. De lo anterior se puede inferir la necesidad de implementar el marketing digital para la promoción de la empresa, impulsando así un mayor crecimiento de las ventas y consolidación de la marca de Valle Mágico, C.A. en la zona donde se desarrolla.

18.- ¿Considera que es necesario implementar estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la Empresa Valle Mágico, C.A.?

Tabla 18. Implementación de estrategias gerenciales

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 8 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 8 | 100% |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

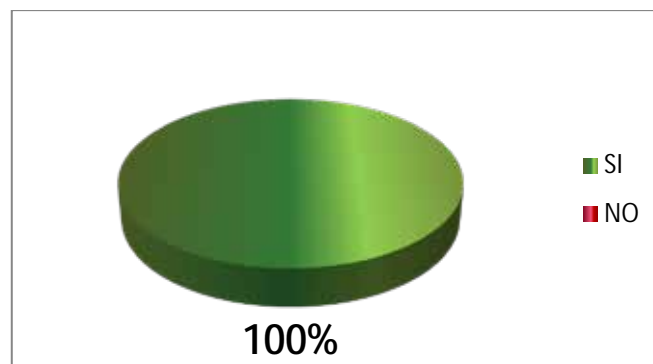


Gráfico 18 Implementación de estrategias gerenciales

Fuente: Tabla 18.

Análisis

La totalidad de los trabajadores que fueron consultados para esta investigación coinciden en la necesidad de implementar estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A., evidenciando así la importancia que se le otorga por medio de los integrantes de la referida empresa hacia la labor administrativa, centralizada en la planeación, la organización, dirección y control de sus actividades y en el caso específico de una comercializadora de bienes de consumo masivo el enfoque hacia la función de mercadeo, como es la promoción y los elementos de la cadena de valor.

4.1.1.2. Resultados de la Aplicación de la observación Directa durante el mes de Febrero de 2021.

Cuadro No. 1. Ficha de Observación

| N° | SITUACIÓN OBSERVADA | SI | NO | OBSERVACIÓN |
|-----------|--|-----------|-----------|--|
| 1 | Existencia de Manual de Organización, Manual de normas y procedimientos. | | X | Aun cuando no existen manuales, se cuenta con políticas informales para el tratamiento de clientes, proveedores, inventarios |
| 2 | Evidencia de plan semanal de actividades. | | X | |
| 3 | Disposición de Sistema Administrativo para el manejo de los inventarios | X | | |
| 4 | Existencia de expedientes de proveedores con documentos de identificación. | | X | |
| 5 | Clima Laboral Favorable | X | | |
| 6 | Disposición de Equipos Informáticos cónsonos con las exigencias de la tecnología | X | | |
| 7 | Clientes actuales y potenciales con disposición y uso de tecnología inteligente | X | | |
| 8 | Satisfacción de los clientes positiva | | X | Falta de cortesía, personal poco amigable. |
| 10 | Atención al cliente adecuada | | X | Débil suministro de información sobre productos y variaciones |
| 11 | Frecuentes quejas y reclamos en ventas | X | | Quejas por la no posibilidad de cancelar por punto de ventas, se hace engorroso el método de pago móvil, discrepancias en el método de estimar el tipo de cambio en divisas. |
| 12 | Insatisfacción de la demanda por ausencia de rubros | X | | Los clientes solicitan se incorpore el rubro de charcutería y carnes |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

Análisis de los factores observados.

La técnica de la observación directa, se enfoca en la percepción que tiene el o los investigadores frente a las variables sujetas al estudio, evidenciando o no la existencia de situaciones, hechos o circunstancias. En el caso de la empresa Valle Mágico, C.A. y como mecanismo para confirmar o desvirtuar la percepción de los trabajadores, recogidas por medio del cuestionario aplicado, se incorporaron a la ficha de observación los elementos de planificación, documentación, liderazgo, disposición de equipos tecnológicos tanto de la empresa como por parte de los clientes actuales y potenciales, atención al cliente, satisfacción de la demanda y satisfacción del cliente por la vía de la adecuada atención.

Es así como se pudo confirmar la no existencia de documentación de los procesos ni de los postulados estratégicos (misión, visión y valores), así como de una planificación operativa semanal, por otra parte, al observar durante el desarrollo de las actividades diarias un adecuado clima laboral, favorable para la implementación de cambios en las formas de gerencia y de adaptación a los mismos por parte del personal, aunado al hecho de que el personal es competente y familiarizado con las nuevas tecnologías donde el uso de teléfonos inteligentes favorecería la implementación de soluciones digitales para la promoción de la marca.

En este mismo orden de ideas se pudo percibir en el flujo de personas que asistieron a la empresa durante el periodo de observación tanto, clientes como nuevas captaciones la disposición también de teléfonos inteligentes lo cual facilitaría la introducción de estrategias de tipo digital para la promoción de la empresa.

Finalmente, se pudo constatar la situación de descontento o insatisfacción de los clientes por una inadecuada atención por parte del personal, evidenciando en una actitud poco cortés en algunos casos, y por otra parte en la forma cómo se suministra información relacionada con los

productos no satisface los requerimientos de los clientes. Además en cuanto a los métodos de pago, que todos son de contado, vienen presentando inconformidades en la clientela al no contar con punto de ventas en la actualidad, dificultándose el cobro por pago móvil bancario debido a las constantes fallas en la telefonía móvil nacional, al igual que la discrepancia o disentimiento a la hora de establecer el tipo de cambio para las transacciones en divisas en diferentes horarios del día.

4.2. Determinación de la situación estratégica de las operaciones de la empresa Valle Mágico, C.A., a través de una matriz Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

Del análisis de los resultados obtenidos durante la fase de diagnóstico, se elaboró la matriz FODA, determinando las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de las operaciones de la empresa Valle Mágico, C.A., de la cual, al cruzar los elementos tanto del entorno interno como del externo, se pudieron extraer las estrategias que se desarrollan en el Capítulo de la propuesta.

Los elementos del entorno externo vienen a configurarse tanto en oportunidades como en amenazas, siendo éstas las que se deben evaluar en primer lugar para así entonces ubicar en el entorno interno de la empresa aquellas fortalezas que impulsarían el aprovechamiento de oportunidades y por otro lado solventar o enfrentar aquellas amenazas del entorno.

Seguidamente, evaluar aquellas carencias o limitaciones que potenciarían la ocurrencia de una amenaza o impedirían el aprovechamiento de una oportunidad.

Cuadro No. 2. Matriz FODA

| | | |
|--|---|---|
| OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA VALLE MÁGICO, C.A. | FORTALEZAS (F) | DEBILIDADES (D) |
| | F1 Existencia de sistema administrativo. F2 Clima Laboral Favorable. F3 Personal ganado al uso de la tecnología. F4 Disposición de Equipos tecnológicos. F5 Alianza con PEPSICO F6 Reconocimiento de la empresa en su mercado natural. F7 Personal suficiente | D1 Inexistencia de manuales. D2 Frecuentes devoluciones, quejas y reclamos de clientes. D3 Ausencia de mercancía en determinado rubros. D4 Débil política para el cobro en Bolívares y en Divisas. D5 Deficiencia del personal en la calidad de atención al cliente |
| OPORTUNIDADES (O) | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS – DO |
| O1 Ampliar cartera de proveedores. O2 La capacitación como herramienta mejora laboral. O3 Uso del Marketig Digital para la promoción | Diseñar Estrategias Gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A. | Introducir el uso del Marketing Digital como herramienta de promoción de la empresa. |
| AMENAZAS (A) | ESTRATEGIAS FA | ESTRATEGIAS - DA |
| A1 Contraccion de la demanda. A2 Disminución del poder adquisitivo. A3 Riesgo de desabastecimiento por falta de niveles de control. A4 Economía inflacionaria inestable. A5 Alza de precios de manera acelerada. | Capacitar al personal sobre las estrategias propuestas. | Formular los postulados Estratégicos de la Organización Formular las políticas de manejo de clientes y proveedores |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

4.1.3. Diseño de estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A.

Con base en los resultados obtenidos de las técnicas de recolección de datos sobre la situación actual de la empresa Valle Mágico C.A., en cuanto a su estructura organizativa, productividad y proyección en el mercado y el cruce de estrategias derivadas en la matriz DOFA para determinar las debilidades y fortalezas del existentes, se formularon un grupo de estrategias, las cuales son desarrolladas en el siguiente capítulo denominado La Propuesta, en el mismo se listan y detallan cada una de ellas con la finalidad de mejorar las operaciones administrativas de la Empresa Valle Mágico, C.A. Para el desarrollo de la propuesta se estructuró de la siguiente manera: presentación, beneficios, objetivos, desarrollo y factibilidad de la propuesta.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Presentación de la Propuesta

En general, las empresas que se dedican a la comercialización de productos o bienes para el consumo masivo, deben enfocarse en tres áreas fundamentales, a saber, las compras de los productos y esto involucra al tratamiento que se da a los proveedores, las ventas y por consiguiente la correcta relación con los clientes y el mercado; con el tratamiento inteligente de las herramientas para la promoción de la organización en la zona donde se desarrolla. Por lo tanto, hablar de operaciones administrativas en una empresa de este tipo no solo se refiere a las funciones del proceso administrativo sino que se debe abordar de una manera integral todos los aspectos relacionados con la empresa.

El presente estudio estuvo orientado a brindar una propuesta viable a la situación existente en la empresa Valle Mágico, C.A., para lo cual se procedió a realizar un diagnóstico sobre la situación actual en cuanto a su estructura organizativa, productividad y proyección en el mercado, a través del análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de recolección primaria de información, cuyo análisis e interpretación permitieron extraer un conjunto de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas presentes en sus procesos, evidenciando la problemática principal del estudio, y que fueron plasmadas para su análisis en una matriz DOFA, de la cual surgieron tres grandes grupos de estrategias a formular para que de su aplicación se pueda solventar la situación descrita en la empresa Valle Mágico, C.A.

5.2. Beneficios de la Propuesta

Los beneficios que brinda la propuesta de estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A., de manera que se logre minimizar las debilidades encontradas, y potenciar las fortalezas existentes.

Por lo tanto, con la propuesta, se brinda un conjunto de herramientas gerenciales tanto al personal que labora en la misma como también para la gerencia, ya que permitirá a ésta tener un soporte para proyectar su crecimiento en el mercado y pueda mantenerse operativa, satisfaciendo los requerimientos de sus clientes, creando y consolidando su marca, generando valor a sus accionistas, trabajadores y las comunidades a las que atiende.

5.3. Objetivos de la Propuesta

5.3.1. Objetivo General

Diseñar Estrategias Gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A.

5.3.2. Objetivos Específicos

- Formular los postulados Estratégicos de la Empresa Valle Mágico, C.A.
- Formular las políticas de manejo de clientes y proveedores de la empresa Valle Mágico, C.A.
- Introducir el uso del Marketing Digital como herramienta de promoción de la empresa.
- Capacitar al personal sobre las estrategias propuestas.

5.4. Desarrollo de la Propuesta

La presente propuesta consiste en el diseño de estrategias para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A., con el

propósito de consolidar las operaciones administrativas de la misma, en atención a las funciones de planificación estratégica, compras, ventas y mercadeo, siendo en éstas áreas donde se determinaron en mayor peso las deficiencias o carencias, elementos tales que de por sí afectan la adecuada gestión de la empresa, también impactan negativamente en el aprovechamiento de la oportunidad de crecimiento y consolidación.

5.4.1. Formulación de los Postulados Estratégicos de la Empresa Valle Mágico, C.A.

Los postulados estratégicos son el punto de partida de una sana planificación estratégica, impulsan por una parte a centrar el enfoque en el propósito presente y permanente de los accionistas para con el negocio o emprendimiento, conocido como: Misión y, la proyección a tiempo futuro de lo que se desea alcanzar en las diferentes temporalidades por la empresa, a esto se le llama; Visión. Aunado a lo anterior se pretende en este intento estratégico puntualizar los modos de actuación o conducción de las personas dentro de la organización, para lo cual se definen los principios y valores.

En relación a los principios y valores se puede decir que son los acuerdos a los que llegan los accionistas sobre las pautas de actuación que deben observarse para el tratamiento de cada asunto, de allí que éstos postulados marcan el lineamiento a seguir para el establecimiento de las diferentes políticas y, con el aporte de todos los postulados se comienza a desarrollar la cultura organizacional.

En el cuadro que a continuación se presenta, se resumen cada uno de ellos.

Cuadro 3. Postulados Estratégicos de la Empresa Valle Mágico, C.A.

| | |
|-----------------------|---|
| <p>MISIÓN</p> | <p>Somos una Empresa dedicada a la comercialización de bienes y productos de consumo masivo, para la satisfacción de los requerimientos de alimentación, higiene y meriendas para las familias con la mayor productividad y altos estándares de calidad y servicio.</p> |
| <p>VISIÓN</p> | <p>Seremos reconocidos por los consumidores como la mejor alternativa para sus procuras en la zona de Los Guayos y Guacara por la calidad y variedad de nuestros productos y la excelente atención y servicios.</p> |
| <p>VALORES</p> | <ul style="list-style-type: none"> · Reconocimiento: Nos gusta reconocer. Celebrar y valorar los logros y aportes de nuestra gente, proveedores, clientes y todos aquellos que contribuyan al beneficio de la empresa y la sociedad. · Integridad: Actuamos con integridad. Por tanto, seguimos los lineamientos de la organización con honestidad, ética, rectitud y responsabilidad. · Trabajos en equipo: trabajamos en equipo. Por tanto, reina en nuestros colaboradores el espíritu de cooperación, el intercambio de ideas, entendiendo que el resultado obtenido por el equipo supera el trabajo individual. · Pertenencia: todos somos Valle Mágico, C.A. Sentimos confianza, identificación, pertenencia y compromiso con la empresa. |

Fuente: Pérez y Pico (2021)

5.4.2. Políticas de manejo de clientes y proveedores de la empresa Valle Mágico, C.A.

5.4.2.1. Políticas para el manejo de Clientes.

- **Atención al cliente:** Supone el énfasis en el brindar un trato cortés y amable a todos los clientes sin distinción, para ello, la empresa a través de la gerencia, introducirá éstos elementos del perfil vocacional para la captación de candidatos a ingresar en la empresa, así como también organizará periódicamente el adiestramiento orientado a desarrollar en el personal competencias de calidad de servicio.
- **Calidad del Servicio al cliente:** La medición de este indicador apunta hacia la cualidad y cantidad del servicio, entendiéndose como cualidad no sólo lo inherente al producto entregado sino también el valor agregado que acompaña el momento de la compra, es decir la cantidad, calidad y oportunidad de la información que se entrega con la interacción cliente – vendedor.
- **Fijación de los Precios:** Para todos los productos deberá indicarse de manera visible e inequívoca los precios en la unidad monetaria dólar estadounidense y podrá aceptarse el pago tanto en bolívares como en divisa.
- **Formas de Pago:** La empresa deberá gestionar la mayor cantidad posible de instrumentos para hacer efectivo el cobro a los clientes: punto de ventas, pago móvil, transferencias bancarias, recepción de dinero en efectivo, tanto en la moneda de curso legal como en diferentes divisas, entre otras formas.
- **Tasa de Conversión:** Para evitar las diferencias en la tasa de conversión de divisas extranjeras a bolívares, la empresa establece como indicador de conversión la tasa de cambio dictaminada al día por el Banco Central

de Venezuela y deberá colocar un anuncio con éste indicativo en un sitio visible a los clientes.

5.4.2.1. Políticas para el manejo de Clientes.

- La gerencia, debe crear y mantener actualizado por cada proveedor un expediente que recoja la información legal del mismo; Copia del Registro de Comercio, Dirección Fiscal Actualizada, copia del RIF, Representante Legal, Representante de Ventas o enlace, con Número telefónico, otros medios de contacto, Certificación Bancaria que indique el número de cuenta a la cual se va a transferir los pagos.
- La actuación de cada proveedor debe ser evaluada bajo criterios de cumplimiento de las condiciones de negociación; como son tiempo de entrega de la mercancía, cubrimiento de garantías en los casos que aplique, descuentos otorgados por pagos de contado o anticipados.
- Para cada rubro se debe contar con al menos tres (03) proveedores locales.
- Se debe cumplir con el pago a los proveedores en el lapso de tiempo convenido, la administración deberá prever en su flujo de caja los recursos para ello.
- Se deberá dar prioridad para las contrataciones a los proveedores que ofrecen los rubros con mayor demanda y aquellos que vienen presentando usencia en el mercado, debido a que son importados.

5.4.3 Uso del Marketing Digital como herramienta de promoción de la empresa.

De acuerdo al diagnóstico realizado y en seguimiento a las tendencias mundiales sobre el uso de las tecnologías, y, por otra parte, extrayendo de la matriz DOFA su aplicación, se plantea el uso estratégico del Marketing Digital

para la promoción de la empresa, para ello, se proponen las siguientes acciones:

- Diseñar a través de la contratación de un profesional de las redes sociales la imagen corporativa de la empresa.
- Contratar o instruir una persona ya en plantilla para el manejo diario de las redes sociales.
- Diseñar el lanzamiento de la campaña digital con promociones y premios.
- Preparar material publicitario para divulgar las cuentas en redes sociales.
- Hacer seguimiento a los resultados.

5.4.4. Capacitar al personal sobre las estrategias propuestas.

Esta estrategia consiste en brindar capacitación al personal sobre las estrategias gerenciales propuestas, de manera que se logre brindar una información unificada sobre las mismas, al tiempo de darles a conocer sobre la importancia de su implementación, sobre todo reforzar la divulgación y comprensión de los postulados estratégicos. Para ello, se procederá a brindarles talleres al personal detallado a continuación.

Taller 1: Difusión de las estrategias gerenciales.

Duración: 4 horas.

Dirigido a: Todo el Personal

Lugar: Empresa Valle Mágico, C.A. ubicada en Los Guayos, Estado Carabobo.

Contenido: Difusión de las estrategias gerenciales.

Facilitadores: Pérez, Yakcely y Pico, Stefani

Coordinador: Gerente General.

5.5 Factibilidad de la Propuesta

Para poder implementar la propuesta, que consiste en el diseño de Estrategias Gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la empresa Valle Mágico, C.A., es necesario realizar un estudio de factibilidad desde el punto de vista técnico, operativo y económico, para determinar si la empresa cuenta con los recursos necesarios para su desarrollo, como se presenta a continuación:

5.5.1 Factibilidad Técnica

La presente propuesta es técnicamente factible, debido a que la empresa cuenta con los recursos técnicos, debido a que posee un sistema administrativo computarizado, así como de equipos de computación, impresoras, estanterías, y los materiales de oficina necesarios para desarrollar las acciones sugeridas.

5.5.2 Factibilidad Operativa

La implementación de la propuesta, no representa limitaciones con la operatividad, debido a que no será alterada la estructura del área en estudio, y solo se requiere dar a conocer al personal que labora en el área administrativa de las estrategias gerenciales a adoptar para optimizar las operaciones administrativas de la empresa en estudio. Asimismo, el personal involucrado en los procesos mostraron disposición para su implementación.

5.5.3 Factibilidad Económica

Desde el punto de vista económico se considera factible, debido a que los recursos que utilizará la empresa para desarrollar la propuesta, no requieren de erogaciones significativas como es el caso de la contratación de la persona para el desarrollo de la imagen corporativa. El monto a erogar por este concepto se verá retribuido rápidamente al implementar la campaña.

CONCLUSIONES

Al hablar de operaciones para las empresas del tipo comercializadoras y, en especial, las que se dedican a proveer bienes y productos de consumo masivo, el manejo de sus proveedores, clientes y mercadeo representan temas de vital importancia, por cuanto es allí donde se centra el enfoque del negocio, de su adecuada conducción se esperará el éxito o fracaso de la misma.

En este contexto, el presente estudio estuvo centrado en la empresa Valle Mágico, C.A., la cual viene presentando un crecimiento desordenado en el mercado, un crecimiento en su carteta de proveedores y productos que ofrece al mercado donde se encuentra, sin embargo, el diagnóstico realizado arrojó como debilidad a contrarrestar los siguientes elementos: ausencia de planificación estratégica, evidenciada en la no existencia de manuales de organización, donde se establecen los postulados estratégicos de la misma, falta del establecimiento de políticas para el manejo de clientes y proveedores, deficiente actuación del personal en la atención al público, y la oportunidad de aprovechar los medios digitales para la promoción de la empresa.

Todos estos elementos se analizaron y clasificaron lográndose el primer objetivo del presente estudio, cuyos resultados permitieron exponer los factores internos, que junto a los factores externos que inciden las operaciones de la empresa a través de la elaboración de una matriz DOFA, lográndose el segundo objetivo de la presente investigación, de donde surgieron las estrategias que le dieron sustento a la propuesta.

La propuesta que busca por la vía del diseño de estrategias gerenciales optimizar las operaciones Administrativas de la Empresa Valle Mágico, C.A.se enfocó en los aspectos detectados como débiles y que combinados con los factores hallados positivos o de oportunidad permiten subsanar la

situación problemática, para lo cual se abordaron cuatro aspectos de las operaciones administrativas que ameritan ser mejoradas o reforzadas como son: la planeación estratégica, a través de la formulación de los postulados estratégicos y diseño de políticas para el manejo con clientes y proveedores, la capacitación del personal en cuanto a la calidad del servicio y atención al cliente y el uso del marketing digital para la promoción de la empresa.

RECOMENDACIONES

Para lograr maximizar los beneficios de la propuesta, se insta a la empresa a seguir una serie de recomendaciones como son:

- Implementar el plan estratégico propuesto involucrando en su ejecución a todo el personal que labora en la empresa.
- Establecer grupos de trabajo para detectar posibles debilidades existentes e integrar al personal para que aporte soluciones, ya que es el talento humano quien tiene contacto directo con las operaciones, además, esto estimula la participación y mejora continua.
- Fomentar conciencia a los empleados sobre la importancia de las normas y procedimientos establecidos por la entidad, mediante la emisión, actualización y difusión de los manuales y documentos.
- Brindar una capacitación del personal de manera continua para garantizar que optimicen su desempeño laboral en pro de alcanzar los objetivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arias, Fídeas. (2006). **Proyecto de investigación: introducción a la metodología científica**. (5ª ed.). Caracas-Venezuela. Edit.: Episteme.
- Balestrini, Miriam (2008). **Cómo se elabora el Proyecto de Investigación para los estudios formulativos o exploratorios, descriptivos, diagnósticos, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles**. Tercera Edición. Caracas, Venezuela. Servicio Editorial Consultores Asociados BL.
- Barbiero, María y Teppa Patricia (2020). **Estrategias de Integración Vertical para el reimpulso de la distribución de los productos de la Empresa Embotelladora Venezuela C.A.** Universidad José Antonio Páez. San Diego. Carabobo. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.
- Chiavenato, Idalberto (2006). **Introducción a la Teoría General de la Administración** (7ª ed.). Ciudad de México, México. Editorial: McGraw Hill. Sérvulo.
- Fred, David. (1997). **Conceptos de Administración Estratégica** (9ª ed.). Ciudad de México, México. Editorial Pearson Educación.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2006). **Metodología de la investigación**. (4ª ed.). México Edit: Mc. Graw Hill.
- Koontz Harold. (1998) **Teoría General de los Sistemas (T.G.S.). Administración, una Perspectiva Global**. Megraw-Hill. 11º edición.
- Manfredi Rosa y Ramos Fanny (2014) **Estrategias para optimizar los procesos administrativos de la empresa Unisid, C.A. ubicada en Valencia Edo. Carabobo**. Universidad José Antonio Páez. San Diego. Carabobo. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.
- Pigorini, Samuel y Pirela, Giovanni (2019). **Estrategias gerenciales para el crecimiento empresarial de la empresa Inversora Agropecuaria R3A, S.A.** Universidad José Antonio Páez. San Diego. Carabobo. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.

Rojas, Manuel (2012). **Listar Trabajos de Graduación**. 1ª Edición. Costa Rica: Editorial del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Sayago, Andrea (2017). **Estrategias administrativas para la consolidación de equipos de trabajo de la organización Prored de FuxionVenezuela**. Universidad José Antonio Páez. San Diego. Carabobo. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.

Segura, Héctor (2020). **Direccionamiento organizacional con el enfoque de aprovechamiento de recursos y productividad del segmento camioneta radial, en el área final de la empresa Firestone**. Universidad José Antonio Páez. San Diego. Carabobo. Venezuela: Trabajo de grado no publicado.

ANEXOS

ANEXO N° A



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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como objetivo recabar la información posible acerca del estudio denominado: **ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LAS OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE LA EMPRESA VALLE MÁGICO, C.A.** Los datos obtenidos tienen carácter de confidencialidad, por lo cual no es necesaria su identificación; sin embargo, se espera y agradece su cooperación y que la misma atienda a los aspectos fundamentales de la información: sinceridad y veracidad; por lo cual se les reitera la importancia de la objetividad que usted pueda brindar al momento de responder a cada una de las preguntas planteadas, las cuales se orientan exclusivamente a la concreción de un proceso de investigación académica.

Instrucciones:

- Leer detenidamente cada una de las preguntas y opciones planteadas.
- Marcar con una X la opción que considere.

Gracias por su Atención.

Sobre la Gestión Administrativa (Proceso Administrativo):

1.- ¿Existe un manual de Organización u otro documento donde se establezcan los objetivos y metas de la organización?

SI _____ NO _____

2.- ¿Las actividades de la semana son planificadas?

SI _____ NO _____

3.- ¿Se realizan proyecciones de ventas, compras, inventarios?

SI _____ NO _____

4.- ¿Existen políticas para el manejo de proveedores, clientes, inventarios?

SI _____ NO _____

5.- ¿Sus funciones dentro de la empresa están claramente definidas?

SI _____ NO _____

6.- Al momento de ingresar a la empresa le fue brindada una capacitación para el desempeño de su cargo?

SI _____ NO _____

7.- Con el personal existente se puede llevar a cabo las operaciones de manera eficiente?

SI _____ NO _____

8.- ¿Se utiliza para el manejo del inventario un sistema administrativo?

SI _____ NO _____

Sobre la Productividad y eficiencia:

9.- ¿En el último año se han incrementado el número de proveedores?

SI _____ NO _____

10.- ¿A nivel general los proveedores de la empresa son evaluados con una actuación positiva?

SI _____ NO _____

11.-¿ En el último año se han incrementado el volumen de las ventas en unidades?

SI _____ NO _____

12.- ¿Se puede afirmar que se satisface los requerimientos de los clientes al 100%?

SI _____ NO _____

13.- Se presentan con frecuencia inconformidades por parte de los clientes por la atención recibida por parte del personal?

SI _____ NO _____

Sobre la proyección en el mercado:

14.- Existen objetivos y planes para incrementar la participación en el mercado local, regional, estatal?

SI _____ NO _____

15.- Es aprovechada la apertura comercial con marcas de bebidas y snack?

SI _____ NO _____

16.- Puede evaluarse la gestión de promoción y mercadeo como positiva durante el último año?

SI _____ NO _____

17.- Se desarrolla el marketing digital como herramienta para el posicionamiento de la empresa en el mercado local?

SI _____ NO _____

18.-¿Considera que es necesario implementar estrategias gerenciales para la optimización de las operaciones administrativas de la Empresa Valle Mágico, C.A.

SI _____ NO _____

ANEXO B
Ficha de Observación

| N° | SITUACIÓN OBSERVADA | SI | NO | OBSERVACIÓN |
|----|--|----|----|-------------|
| 1 | Existencia de Manual de Organización, Manual de normas y procedimientos. | | | |
| 2 | Evidencia de plan semanal de actividades. | | | |
| 3 | Disposición de Sistema Administrativo para el manejo de los inventarios | | | |
| 4 | Existencia de expedientes de proveedores con documentos de identificación. | | | |
| 5 | Clima Laboral Favorable | | | |
| 6 | Disposición de Equipos Informáticos cónsonos con las exigencias de la tecnología | | | |
| 7 | Clientes actuales y potenciales con disposición y uso de tecnología inteligente | | | |
| 8 | Satisfacción de los clientes positiva | | | |
| 10 | Atención al cliente adecuada | | | |
| 11 | Frecuentes quejas y reclamos en ventas | | | |
| 12 | Insatisfacción de la demanda por ausencia de rubros | | | |