



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de
conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Rivera Valencia, Mely Arlet (ORCID: 0000-0003-2974-214X)

Carhuapoma Alfaro, Neison Smith (ORCID: 0000-0003-0634-6777)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID:0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

PIURA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A la memoria de mi querido padre Otilio Rivera Morales y al esfuerzo de mi madre Doris Valencia por su apoyo incondicional durante toda mi carrera universitaria y a dios por haberme dado la sabiduría y las fuerza para culminar la presente investigación.

Rivera Valencia, Mely Arlet

A mis padres Eduardo y Plantelina por su apoyo incondicional y ser mi motivo para el logro de mis metas; de igual manera a mis hermanos Deybi y Flor. Así mismo a mi novia Dafne por estar siempre conmigo aconsejándome y ser mi guía en mi camino profesional.

Carhuapoma Alfaro, Neison Smith

Agradecimiento

En primer lugar, doy gracias a Dios por guiar mis pasos y por permitir convertirme en una profesional. Deseo expresar mi agradecimiento especial al Dr. Freddy William Castillo que hizo parte de este proceso integral de formación, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo que deja como producto terminado este grupo de Licenciados. Asimismo, agradezco a Neison Smith Carhuapoma Alfaro por su constante dedicación y trabajo por terminar este anhelado trabajo de investigación.

Rivera Valencia, Mely Arlet

Agradezco a Dios, por la salud y vida que me permiten seguir adelante con cada uno de los proyectos y metas que me he trazado; a mis padres porque nos inspira a seguir mejorando y a nuestro docente Dr. Freddy William Castillo por guiarnos en la elaboración de nuestra investigación. De la misma manera, agradezco a Mely Arlet Rivera Valencia, por su perseverancia y empeño para culminar satisfactoriamente la presente investigación.

Carhuapoma Alfaro, Neison Smith

Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Indice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Métodos de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	25
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS	39

Índice de tablas

Tabla 1.	Compromiso organizacional en la empresa	17
Tabla 2.	Características del enfoque de procesos	18
Tabla 3.	Mejora continua en la empresa	19
Tabla 4.	Enfoque al cliente en la empresa	20
Tabla 5.	Organización de las ventas en la empresa	21

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo general, Determinar la manera en que se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022. La metodología aplicada fue aplicada, por su parte el diseño fue no experimental, transversal y descriptivo, con un enfoque mixto. Por su parte, la población, fue conformada por los cuarenta trabajadores de la empresa, habiéndose empleado el cuestionario y la guía de entrevista para el recojo de datos. Se concluye de manera general que, en cuanto a la manera en que se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, destaca la orientación hacia la mejora continua y al cliente por parte de los colaboradores de la empresa; sin embargo, persisten aspectos que deben ser mejorados destacando dentro de ello las actividades de capacitación, la motivación y reconocimiento a dichos colaboradores, así como los sistemas operativos para mejorar la gestión de las ventas.

Palabras clave: gestión, calidad, ventas, cliente.

Abstract

The objective of this study was to determine the way in which quality management is executed as a strategy to improve sales of the company SEAFROST S.A.C. Païta, 2022. The applied methodology was applied, meanwhile the design was non-experimental, cross-sectional and descriptive, with a mixed approach. For its part, the population was made up of the forty workers of the company, having used the questionnaire and the interview guide for data collection. It is concluded in a general way that, regarding the way in which quality management is executed as a strategy to improve sales of the company SEAFROST S.A.C. Païta, highlights the orientation towards continuous improvement and the client by the company's collaborators; however, there are still aspects that must be improved, highlighting among them the training activities, the motivation and recognition of said collaborators, as well as the operating systems to improve sales management.

Keywords: management, quality, sales, customer.

I. INTRODUCCIÓN

El sistema de gestión de calidad se origina en el campo empresarial, el cual se encontraba relacionado a la producción y tenía como objetivo adaptar los productos a los servicios en aras de reducir los costos y conservarlos. De acuerdo a Casassus (2016) el establecimiento de este tipo de sistema de gestión de calidad consiguió revolucionar el desenvolvimiento económico en el ámbito internacional en el cual se tomaban en cuenta las necesidades y demandas del consumidor o usuario con el fin de conseguir que el cliente se sienta satisfecho y mejorar las ventas de las empresas a través del trato adecuado, capacidad de respuesta a los consumidores o usuarios, administración correcta de productos y confiabilidad.

Según la FAO (2012) a nivel mundial, solo en el 2011 se efectuó la actividad de pesca en aproximadamente 154 millones de toneladas de pescado, de los cuales 132 se destinaron al consumo humano, vale decir el 85%, cifras que experimentaron cambio en el año 2012, ya que llegaron a reducir el 83.2% el cual equivale a 114 millones de toneladas que se destinaron al consumo humano. Cabe mencionar otro aspecto fundamental dentro de este nivel de consumo, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2015), expresa la inclinación de consumo por la cual se encamina la canasta de las familias, otro factor resaltante es que América Latina es considerado uno de los continentes en el que se consume menos pescado, este producto no llega ni a los 100 millones de toneladas de consumo, debido a que las familias prefieren consumir productos lácteos, cereales, hortalizas y frutas

En el ámbito nacional, el porcentaje de demanda de conservas de pescado aumenta cada día más; en promedio, en el Perú se llega a consumir 270 gramos de conservas de pescado mensualmente, por ende, la población en la capital gasta un promedio de 150 millones de soles en la obtención del producto. El panorama que se percibe es satisfactorio referente a la obtención de conservas de pescado por diversos factores, tal es así que hay muchos aspectos que están incitando este escenario. Cabe mencionar la diversidad de estrategias de que contribuyen a dar a conocer el producto, resaltando la calidad, servicio de atención, entre otros, no

dejando de lado las campañas realizadas por el gobierno; pero las empresas tienen otras inclinaciones productivas que se expresan en el fortalecimiento de su economía, ya que de acuerdo al Ministerio de Producción (2016) en el país existen 232 establecimientos industriales, donde 137 se encaminan en la actividad de procesar harina de pescado y 95 a las conservas, el cual representa la inclinación que se pudo explicar previamente. De igual forma el diario Gestión (2015) precisa que el director del departamento de Política de Empresas PAD-Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, sostuvo que el mayor poder adquisitivo de las personas es consecuencia del dinamismo de las labores industriales que se efectúan en diversas zonas, esto está contribuyendo que estas empresas puedan crecer a un grado acelerado, ya que puede manifestar un consumo mayor de conservas por la economía activa, pero las inclinaciones previamente afirmadas no expresan lo mismo.

Concerniente al ámbito local, se considera a la empresa fundada en 1995 por Don Marcello Bologna, quien llegó de Italia trayendo consigo más de 50 años de experiencia y conocimientos de la industria de productos congelados SEAFROST S.A.C. Paita. Nace como una empresa de extracción y envasado de productos marinos como: filetes congelados, conservas de pescado, bolsas para retail de anillos y rodajas de calamar gigante. Han pasado más de dos décadas desde ese inicio y hoy SEAFROST es una realidad consolidada, que mantiene la misma visión, la cual se centra en la mejora continua de la calidad de sus productos, la atención al entorno social y el cuidado del medioambiente. Cuentan con las certificaciones de: BRC, BASC, SAFE, IFS Foods, BSCI, Sedex dando fe de la seguridad y calidad de sus productos.

Si bien la empresa, se esfuerza por ejecutar una gestión de calidad con el fin de mejorar las ventas de conservas de atún, sin embargo, cuenta con ciertas falencias que impiden que se puedan lograr las metas establecidas. Dentro de dichos aspectos negativos, es importante resaltar que el área de control de calidad no actúa de inmediato ante las observaciones de los clientes que abarcan quejas y reclamos frecuentes. Así mismo, se percibe falta de supervisión por parte del área de calidad sobre los embarques nacionales y extranjeros del producto conservas de atún. De otra parte, carecen las actividades de capacitación y eso a su vez

genera falta de compromiso laboral; en consecuencia, existe deficiencia en la atención de pedidos de los clientes y manejo del producto. Esta situación, daña la imagen del producto y la empresa, por ende, las ventas se ven afectadas. De otra parte, se puede mencionar que no existe un plan de captación de clientes.

De continuar esta situación, se puede correr el riesgo de perjudicar en gran manera la cartera de clientes actuales y perder posibilidades de conseguir clientes potenciales. Este panorama al mismo tiempo, puede afectar la parte financiera de la empresa y encaminarse al fracaso. Con la presente investigación se busca proponer una gestión de calidad con el fin de mejorar las ventas de la organización.

Ante lo expuesto, se formula el siguiente problema general: ¿De qué manera se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022? Teniendo los siguientes problemas específicos. ¿De qué manera se desarrolla el compromiso del personal en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?, ¿Cuáles son las características del enfoque de procesos en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?, ¿De qué forma se realiza la mejora continua en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?, ¿Cómo es el enfoque al cliente en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?, ¿Cómo se organizan las ventas en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?.

El propósito de esta investigación es desarrollar una gestión de calidad adecuada para la empresa SEAFROST, Paita 2022; para ello resulta vital conseguir la satisfacción de los clientes y por ende contar con una cartera de fiel y potenciales, porque de ello se generan los grandes beneficios. Por dicha razón, la presente investigación se justifica de manera práctica ya que se pretende ejecutar un estudio y análisis de diferentes enfoques y prácticas relacionadas a la gestión de calidad, con la intención de que este trabajo sirva de soporte a la comunidad vinculada a las ventas de conservas de atún.

De igual forma, presenta justificación social, ya que pretende cotejar la ejecución de los principios de gestión calidad para la satisfacción del cliente, esto de hecho permitirá la mejora de las condiciones del servicio a los consumidores, aportando a la satisfacción de sus necesidades y por ende otorgando la calidad que se merecen.

El objetivo general de la investigación consiste en: Determinar la manera en que se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022; siendo los objetivos específicos: Identificar la manera en que se desarrolla el compromiso del personal en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, Reconocer las características del enfoque de procesos en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, Identificar la forma en que se realiza la mejora continua en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?, Reconocer el enfoque al cliente en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?, Identificar la forma en que se organizan las ventas en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan los antecedentes en el ámbito internacional, nacional y local. Concerniente al ámbito internacional, se tiene a Rosales (2018) con su investigación titulada *Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de encurtido de palmito*, cuyo objetivo tiene que ver en entender el ámbito actual del palmito en el país, mediante un estudio descriptivo, con enfoque tipo mixto, considerando encuestas a los individuos en la parte norte de Guayaquil. Referente a las conclusiones, se percibe que la producción del palmito es viable con una tasa interna de retorno (23.13 %) de nivel superior al costo del proyecto (4.33 %).

Minga y Núñez (2017) en su trabajo de investigación publicado por la Universidad de Guayaquil de Ecuador con el título *Estudio de la factibilidad para la producción y comercialización de conservas de palmito en la ciudad de Guayaquil y su posible exportación al mercado Francés*, cuyo objetivo tuvo que ver con señalar la rentabilidad de la producción y la actividad de distribuir palmito en la región expresada y posteriormente ingresar a Europa, centrándose en su comprador principal que es Francia, con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, donde se consiguió la capacidad de implantación de la comercialización y producción de conservas de palmito, el cual evidencia adecuada rentabilidad viabilidad comercial, debido a que a través de los pasados seis años ha aumentado la superficie de cultivo a un 90,11%.

Ortega (2016) quien en su trabajo de investigación titulado *Gestión de calidad por procesos en la unidad de posgrado de la PUCESE, año 2016*, el cual tuvo como objetivo determinar la gestión de calidad que se desarrolla en la institución. Concerniente a la metodología, se aplicó la técnica a través de la web con un cuestionario en línea enfocado a los alumnos que egresaron, de igual forma a docentes de la Unidad de Posgrado en aras de obtener un diagnóstico del panorama administrativo y académico, efectuándose un estudio cuantitativo y cualitativo con el fin de demostrar la percepción del servicio conseguido, se trató de proyectar el estudio del grado de satisfacción de sus clientes internos y externos mediante el instrumento Modelo Europeo para la Gestión de la Calidad.

Se concluyó que existen actividades que se desarrollan de manera experimental, las cuales generan indisposición, atrasos, así como doble actividad, vinculado a los procedimientos de la parte administrativa, como de igual forma académicos del área de posgrado y en los procedimientos de matriculación, admisión, formación continua y graduación, lo cual minimiza el valor de la eficiencia de los interesados.

Referente al ámbito nacional, se menciona a López (2017) quien en su tesis titulado *Gestión de la calidad y su relación con la satisfacción del usuario de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac en el año 2017*, tuvo como objetivo general determinar relación de la calidad de gestión con la satisfacción del usuario. Referente a la metodología, se efectuó un estudio descriptivo correccional el cual pretende precisar acontecimientos o circunstancias. Con el propósito de responder las preguntas, se desarrolló dos cuestionarios direccionados a una muestra de 110 estudiantes, aplicando para ambas variables el método de la encuesta teniendo como instrumento el Cuestionario. De igual forma, la manipulación de la información fue procesada en el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales SPSS V-24.

Cabe mencionar que referente a los resultados de la investigación se ha determinado que existe una correspondencia de carácter positivo estadísticamente representativa ($\rho = 0,898$) entre la variable gestión de la calidad con la variable satisfacción del usuario ($p - \text{valor} = 0.000 < 0.05$) al 5% de representación bilateral, lo cual expresa que los productos consiguen ser generalizados al grupo de análisis. Concerniente a las conclusiones, se resalta que la mayor parte de los estudiantes consideran que la gestión de la calidad no es adecuada, de igual manera se puede decir que los resultados identificados demuestran que la mayor parte de los estudiantes perciben la satisfacción del usuario inadecuada.

Rivas y Quiroz (2016), en su trabajo de investigación *La gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en las oficinas de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos de Lima*. Universidad César Vallejo, el objetivo general tuvo que ver con determinar la gestión administrativa para fortalecer la calidad de servicio al usuario. Concerniente a la metodología, se efectuó un estudio de tipo básico con un diseño no experimental, correlacional de

corte transversal y descriptivo. Referente a la muestra fue constituida por 108 personas beneficiadas de las distintas oficinas de la Superintendencia Nacional. Concerniente a las conclusiones, se obtuvo información sobre la gestión administrativa referente a la percepción de los usuarios vinculado a la planeación, dirección, coordinación y control es de nivel intermedio. Así mismo, concerniente a la calidad de servicio, se asume que los factores tangibles, la aptitud de respuesta, la fiabilidad, la empatía la certeza se aplican de manera correcta.

Apolinario (2016) en su trabajo de investigación denominado *Calidad de la gestión y el desempeño profesional de la Escuela de Oficiales de la Policía Nacional del Perú de Trujillo, 2016* Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, presentó como objetivo evaluar la calidad de gestión para mejorar el desempeño profesional; referente a la metodología, se aplicó el modo descriptivo y cuantitativo, de igual manera se tuvo en cuenta la encuesta como técnica y el estudio documental, se consideró a 150 alumnos como muestra, mediante un muestreo probabilístico el cual se caracterizó por presentar afijación equitativa. Así mismo, se ejecutaron dos cuestionarios precisando que existe relación representativa tanto en eficacia (coeficiente r de Pearson $r = 0.674$) como en eficiencia (coeficiente r de Pearson ($r = 0.713$) en relación a la gestión y el desempeño profesional, concluyendo que existe vínculo significativo entre la calidad de la gestión y el desempeño profesional, debido a que la información estadística descriptiva expresan niveles altos y la estadística inferencia, a través del coeficiente r de Pearson ($r = 0.731$), muestra la correlación.

Referente al ámbito local se toma en cuenta a Reyes (2016) en su trabajo de investigación *Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C, año 2016 - Piura*, tuvo como objetivo general, Determinar la mejora en la calidad del servicio de atención al consumidor, fundamentado en las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL. Referente a las conclusiones, se percibe que el servicio que brinda la organización no es confiable; ya que, fundamentado en la medición de los resultados al obtener el servicio, las personas encuestadas precisaron que el servicio se encuentra en un nivel muy bajo, debido a que no se ejecuta el servicio en el cronograma establecido.

Chinchayán (2016) quien en trabajo de investigación denominado *Diseño del sistema de gestión basado en los requisitos de la Norma ISO 9001:2008 para la Asociación de Pescadores Artesanales Playa Blanca- Sechura. Universidad Nacional de Piura. Perú*, presentó como objetivo establecer un diseño de sistema de gestión considerando la Norma ISO 9001:2008. Concerniente a las conclusiones, se identificaron las fortalezas y debilidades que muestran estos sistemas, el cual manifiesta lo vital que resulta el diseño de una propuesta para el desarrollo de un sistema vinculado a la gestión de calidad para la organización acorde con sus estructuras, metas y procesos, lo que contribuirá a la gestión eficaz y flexible de la organización.

Sosa (2016) quien efectuó la investigación titulada *Rediseño del distribuidor de las pozas de almacenamiento para mejorar el rendimiento productivo en la elaboración de harina de pescado de anchoveta en la planta de harina de pescado de La Corporación Hayduk S.A. – Constante. Sechura*, presentó como objetivo determinar el rediseño del distribuidor de pozas para mejorar el rendimiento productivo en la elaboración de harina de pescado de anchoveta. Referente a las conclusiones, se consideró la creación de un tobogán con el cual se consiguió recuperar 15,40% en promedio de pescado destrozado en las pozas, donde el desarrollo de producción pudo mejorar en un 95,69%, ya que previamente para poder procesar una tonelada de harina de pescado se requería 4,97 toneladas de pescado obteniendo un desarrollo de 80,48%.

A continuación, se presentan las teorías de la investigación. Se considera las teorías de la primera variable independiente, gestión de calidad. De acuerdo a López (2017) afirma que la gestión de la calidad no es solo un sistema de dirección que plasma la práctica de orientar a las organizaciones con cierta filosofía, el cual debe penetrar en la conducta de todo un equipo de dirección. De igual forma, es un cargo de la dirección, que se incluye a otras que ya existen de manera previa, como la gestión de las operaciones, la gestión comercial o la gestión de la innovación. La gestión se concibe como un conjunto de maneras útiles de forma aleatoria coyuntural y puntual para diversos puntos de vista del desarrollo administrativo.

De igual manera, Lizarzaburu (2016) determina que la calidad se relaciona con el tipo producto o trabajo, por lo cual es necesario conocer lo que anhela el

cliente. Significa intentar satisfacer las exigencias de los consumidores, en la medida de lo factible.

En cuanto a la Norma ISO 9000, según, esta es un conjunto de reglas sobre calidad y gestión de calidad, instauradas por la Organización Internacional de Normalización, que pueden aplicar en cualquier tipo de organización o labor enfocada a la prestación de servicios o bienes.

Las dimensiones a considerar en esta variable, tiene que ver con el compromiso del personal, enfoque de procesos y mejora continua. Concerniente al compromiso del personal, Peresson (2017) precisa las ventajas principales de un colaborador animado, comprometido e involucrado dentro de la organización, originalidad y perfeccionamiento en dar a conocer los propósitos de la organización, un empleado que es valorado por su labor, un colaborador con anhelos de intervenir y ayudar a la mejora continua. De igual manera, la aplicación del principio que abarca la participación del empleado, de forma habitual se direcciona a que se entienda lo vital de su aporte, así como su actividad en la empresa, aceptar las restricciones en las actividades diarias, reconocer la responsabilidad sobre las falencias, así como resolver, evaluar su desarrollo acorde a sus fines y objetivos, eficiente búsqueda de oportunidades en aras de aumentar sus competencias y experiencia. Dentro de los indicadores que se consideran para medir dicha dimensión, se tiene la responsabilidad, comunicación y trabajo en equipo.

Concerniente al indicador responsabilidad, López (2017) afirma que es la capacidad que existe en todo individuo activo de derecho para aceptar las consecuencias de un acontecimiento efectuado de forma libre. Referente a la comunicación, es el intercambio de datos entre individuos. Así mismo, abarca hacer común una información. Con respecto al trabajo en equipo, es un proceso a través del cual los colaboradores intercambian conocimientos, experiencias y habilidades en aras de fortalecer la atención al cliente.

Referente al enfoque a procesos, Chiavenato (2018) precisa que la aplicación del principio de enfoque implantando en procesos constantemente anima a establecer metódicamente las actividades fundamentales en aras de lograr el

referido producto que se estima, instaurar compromisos y actividades claras referente a gestión sobre las labores vitales, evaluar así como cuantificar la competencia sobre las actividades claves, admitir las diferentes etapas de las funciones claves en la organización, centrarse en las circunstancias, procedimientos y elementos, lo cuales permitirán optimizar las labores vitales de la empresa. Dentro de los indicadores que pueden permitir medir la dimensión, se tiene a la evaluación, análisis y capacidad y solución de problemas.

Concerniente al indicador evaluación, de acuerdo a Chávez, D. (2018), afirma que tiene que ver con la emisión de juicios con respecto a un tema definido y abarca un proceso de estudio. Referente al análisis y capacidad, el primero abarca la verificación de las actividades efectuadas en la empresa y la capacidad tiene que ver con actitudes que tiene una persona o institución, para desarrollar un determinado cometido o tarea. Con respecto a la solución de problemas, consiste en generar opciones o probables rutas que se debe aplicar para efectuar cambios sobre una situación que origina inconformidad.

Con respecto a la mejora continua, Robles y Suclla (2017) manifiestan que la aplicación del principio de mejora continua de manera común se direcciona a ejecutar un enfoque a la organización hacia la mejora continua del desenvolvimiento de la organización, otorgar a los colaboradores de la empresa conocimientos en los procesos y las tácticas de la mejora continua, lograr que la mejora continua de los procedimientos, sistemas y productos, pueda ser un fin para cada colaborador dentro de la institución, implementar metas, así como disposiciones en aras de ejecutar el seguimiento, realizar la actividad de identificar y tomar en cuenta las mejoras. Dentro de las herramientas que pueden permitir medir la dimensión, se encuentran los objetivos, capacitación y reconocimiento.

Referente al indicador objetivos, López (2017) menciona que abarca la aspiración, los fines y el resultado a lograr, el motivo del desarrollo del estudio. Concerniente a la capacitación, es el proceso educacional de corto plazo, el cual se ejecuta de forma organizada y sistemática, a través del cual los individuos adoptan conocimientos, desarrollan competencias y habilidades en base a objetivos determinados. Con respecto al reconocimiento, implica que el individuo requiere del otro para construir una identidad plena y estable.

A continuación, se describe la variable dependiente, ventas. Según Mercado (2015), sostiene que la gestión de ventas abarca las fases de planear, organizar, dirigir y controlar la totalidad del sistema comercial de las labores empresariales que permiten el aumento de las utilidades de la organización.

De acuerdo a Torres (2014) sostuvo que la administración centrada a las ventas, resulta vital para toda empresa que anhela conseguir éxito en el mercado competitivo y moderno.

Las dimensiones a considerar en esta variable, tiene que ver con el enfoque al cliente y la organización de ventas. Según Peresson (2017) sostiene que el enfoque al cliente contribuye al incremento de las entradas y sobre la cuota de mercado a través de una manejable manifestación, de igual forma de carácter rápido a las demandas de los clientes, aumento de la efectividad por el empleo de los bienes sobre organización en aras de maximizar la complacencia del consumidor, incremento de la confianza del cliente, esto direcciona para la persistencia en los establecimientos. Dentro de los indicadores que pueden permitir medir dicha dimensión, se encuentran los requerimientos, necesidades y satisfacción.

Concerniente al indicador requerimientos, de acuerdo a Kotler y Keller (2014), vienen a ser las características que debe tener un producto, sistema, servicio o elemento para satisfacer un contrato, especificación, u otros documentos establecidos formalmente. Referente a las necesidades, es toda aquello anhelo que manifiestan los consumidores en lo que respecta a bienes o servicios. En lo relacionado con la satisfacción, se determina por la evaluación posterior a la venta efectuada, sobre la calidad del producto o servicio brindado, comparado con los anhelos previos.

Según López (2016) la organización de las ventas es ordenar y seleccionar las mejores estrategias en aras de contar con los objetivos correctos, lo primero que se debe hacer, es implantar la estrategia y vincularlo en cada producto del mercado. Cabe mencionar, que las ventas cuentan con muchas probabilidades y formas de proponer objetivos y para ello se requiere de un jefe de ventas con el fin de tener claro los objetivos y un desenvolvimiento adecuado de la organización.

Dentro de las herramientas que permitirán medir la dimensión se ubican la descripción de las funciones del personal de ventas y sistemas operativos.

Según López y Lobato (2016) referente al indicador descripción de las funciones del personal de venta, un equipo de ventas es un conjunto de personas con capacidades y habilidades para brindar asesoría y orientación en el proceso de compra de un consumidor, el cual trata de repercutir en su decisión de compra. Concerniente a los sistemas operativos, en la actualidad existen diferentes sistemas operativos que contribuyen a un desarrollo eficiente y eficaz de la organización, el que sobresale en optimización es el CRM. Es un sistema completo que permite la interacción entre colaborador y cliente. En cuanto a los canales de distribución se consideran una cadena estructurada de cada suministro cuyo objetivo y finalidad es facilitar las diferentes etapas o fases de proceso por las que pasa un producto del modo en que los consumidores o clientes puedan ser satisfechos y así pueden disfrutar lo adquirido.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Según Galán (2016) la metodología de la investigación es un proceso que tiene por finalidad acercarse de manera más ordenada y segura hacia un nuevo conocimiento producto de cualquier investigación realizada. En este sentido es importante destacar que la tesis es considerada de tipo aplicada, con la finalidad de determinar la situación actual de los indicadores y proponer medidas para mejorar la realidad encontrada.

En el presente estudio no se realizará ninguna manipulación de las variables de estudio, por ello, el diseño es no experimental de corte transversal. De acuerdo a Maldonado (2017) las investigaciones de diseño no experimental se llevan a cabo sin manipulación de variables, de otra parte, es de corte transversal ya que la recolección de datos se realizará en una única etapa (Hernández y Mendoza, 2018)

Finalmente, se puede indicar que es un estudio descriptivo ya que se identificarán las características de las variables a través de sus dimensiones e indicadores.

3.2. Variables y operacionalización

V1. Gestión de calidad:

La gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él (López, 2017)

V2. Ventas:

Según Mercado (2015), sostiene que la gestión de ventas abarca las fases de planear, organizar, dirigir y controlar la totalidad del sistema comercial de las labores empresariales que permiten el aumento de las utilidades de la organización.

3.3. Población, muestra y muestreo

Según Arías (2016) se considera que la población es un conjunto de casos o personas que sirven de referente para la elección de una determinada muestra, y que de cierta forma cumple con una serie de criterios predeterminados. En el presente estudio la población está conformada por los 40 colaboradores de las áreas de calidad y comercial de la empresa SEAFROST S.A.C., siendo este personal de los niveles jefatural, supervisor y asistencial.

Muestra

La muestra es censal, dado que se considerará a la totalidad de la población establecida para la investigación, es decir los 40 trabajadores de la empresa.

Criterios de inclusión

Trabajadores varones y mujeres de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita

Criterios de exclusión

Trabajadores que se encuentran de vacaciones o impedidos de participar en la investigación por motivos de salud.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Encuesta

De acuerdo a López y Fachelli (2015) la encuesta hace posible el recojo de datos a través de preguntas abiertas o cerradas que forman parte del proceso de investigación dirigidas a lograr los objetivos de esta. Por esta razón, se cree conveniente emplear esta técnica a fin recoger los datos pertinentes.

Entrevista

Se incluirá esta técnica de modo complementario a fin de ayudar a conocer mejor el estado situacional de los indicadores, será semi estructurada con el objetivo de permitir recabar información que incluso pueda surgir en el mismo momento de la interacción con el entrevistado.

3.4.2. Instrumentos

Cuestionario

Según Meneses y Rodríguez (2015) es un instrumento que hace posible el recojo de datos, a través de la elaboración de un conjunto de preguntas para recoger información y poder lograr el objetivo. La escala será en base a la escala ordinal, de Likert dirigidas a colaboradores de la empresa.

Guía de entrevista

Según Troncoso y Amaya (2016) este instrumento facilita la adquisición de información mediante la interacción oral. En este caso se aplicará al jefe de ventas y despachos (área comercial) de la empresa.

En cuanto a la validez del cuestionario, esta será realizada por tres expertos en metodología de investigación y la línea temática seleccionada. Asimismo, la confiabilidad será medida empleando el coeficiente del Alfa de Cronbach.

3.5. Procedimientos

Para la aplicación del cuestionario y la guía de entrevista se coordinará con los jefes de las áreas donde se aplicarán los instrumentos, considerando incluso la posibilidad de realizar recojo de datos de forma virtual, de ser necesario. El objetivo en este punto es que el recojo de datos sea realizado de forma exitosa, sin mayores imprevistos o interrupciones que perjudiquen el éxito de la investigación de campo.

3.6. Métodos de análisis de datos

Según Martínez (2016) el método de análisis de datos se utiliza para analizar la documentación referente a la investigación, lo cual permite la extracción de los elementos importantes que se acoplan con el objeto de estudio. En tal sentido, en el presente estudio se analizarán los datos cuantitativos a través del programa Microsoft Excel, con el cual se podrá presentar la información sistematizada en base a tablas estadísticas que permitirán la mejor visualización de los resultados, así como su respectiva interpretación. De otra parte, en cuanto a los datos cualitativos, estos serán analizados literalmente, tratando de encontrar el

significado y trascendencia de lo recogido en el marco de los objetivos a cumplir en la investigación.

3.7. Aspectos éticos

La ética en la investigación es un pilar fundamental propio que al igual que en otros ámbitos permite desarrollar buenos hábitos y conductas. En el presente caso, se ha considerado lo establecido en el Código de Ética en Investigación de la UCV. Lo cual incluye el citado apropiado de los autores de las fuentes a las que se recurrió, siguiendo los lineamientos de la Norma APA 7 Edición, asimismo, el respeto al anonimato de los individuos participantes del estudio. Finalmente, es importante destacar la autenticidad y honestidad en el tratamiento de los datos recogidos para su posterior análisis e interpretación.

IV. RESULTADOS

4.1. Informe de aplicación del cuestionario

4.1.1 Identificar la manera en que se desarrolla el compromiso del personal en la empresa SEAFROST S.A.C. Paíta, 2022

Tabla 1

Compromiso organizacional en la empresa

Compromiso organizacional	Escala de alternativas										(Σ)	
	(5) siempre		(4) Casi siempre		(3) A veces		(2) Casi nunca		(1) Nunca		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N	%	N°	%
- El personal demuestra responsabilidad con la gestión de calidad en la empresa.	23	58%	17	42%	0	0%	0	0%	0	0%	40	100%
- En su área las responsabilidades laborales están claramente asignadas según cada puesto.	23	58%	17	42%	0	0%	0	0%	0	0%	40	100%
- La comunicación en su área es clara y oportuna	20	50%	20	50%	0	0%	0	0%	0	0%	40	100%
- El trabajo en equipo es una práctica habitual para el desarrollo de las actividades laborales con calidad	22	55%	18	45%	0	0%	0	0%	0	0%	40	100%

Nota. Encuesta aplicada

Se observa que el 58% de trabajadores afirmó que siempre el personal demuestra responsabilidad con la gestión de calidad en la empresa. Mientras que el 42% indicó que ello ocurre casi siempre. Iguales porcentajes se presentan para la premisa de si en su área las responsabilidades laborales están claramente asignadas según cada puesto. De otra parte, en lo que respecta a si la comunicación es clara y oportuna, el 100% afirmó que ello ocurre siempre o casi

siempre. Mientras que, respecto a si el trabajo en equipo es una práctica habitual para el desarrollo de las actividades laborales con calidad, el 55% indicó que ello se da siempre y el 45% casi siempre.

4.1.2 Reconocer las características del enfoque de procesos en la empresa SEAFROST S.A.C. Paíta, 2022

Tabla 2

Características del enfoque de procesos

Enfoque de procesos	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) siempre		(4) Casi siempre		(3) A veces		(2) Casi nunca		(1) Nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N	%	N°	%
- En su área se cumple con evaluar los resultados de los procesos llevados a cabo.	19	48%	17	42%	4	10%	0	0%	0	0%	40	100%
- Existen prácticas formalmente establecidas de análisis de la capacidad del personal para la ejecución de los procesos de trabajo.	14	35%	23	58%	3	7%	0	0%	0	0%	40	100%
- En su área se busca proactivamente la solución a los problemas que se presentan en la ejecución de los procesos de trabajo	15	38%	24	60%	1	2%	0	0%	0	0%	40	100%

Nota. Encuesta aplicada

Se observa que el 90% refiere que siempre o casi siempre en su área se cumple con evaluar los resultados de los procesos llevados a cabo, no obstante, el 10% se muestra indeciso frente a ello. De otra parte, el 35% afirma que siempre existen prácticas formalmente establecidas de análisis de la capacidad del personal para la ejecución de los procesos de trabajo, mientras que el 58% indica que casi

siempre. Finalmente, el 38% refiere que siempre en su área se busca proactivamente la solución a los problemas que se presentan en la ejecución de los procesos de trabajo, mientras que el 60% indicó que ello ocurre casi siempre.

4.1.3 Identificar la forma en que se realiza la mejora continua en la empresa SEAFROST S.A.C. Paíta, 2022

Tabla 3

Mejora continua en la empresa

Mejora continua	Escala de alternativas										(Σ)	
	(5) siempre		(4) Casi siempre		(3) A veces		(2) Casi nunca		(1) Nunca		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N	%	N°	%
- La mejora continua es uno de los objetivos de su área de trabajo satisfacen mis necesidades.	19	48%	21	52%	0	0%	0	0%	0	0%	40	100%
- El personal ha sido capacitado durante el último año en materia de gestión de calidad.	10	25%	17	43%	10	25%	3	7%	0	0%	40	100%
- Se le brinda reconocimiento efectivo a los colaboradores que destacan por la práctica de la mejora continua en su área de trabajo	6	15%	10	25%	19	48%	4	10%	1	2%	40	100%
- - Usted considera que el reconocimiento que brinda la empresa al personal es motivador.	4	10%	11	28%	22	55%	3	7%	0	0%	40	100%

Nota. Encuesta aplicada

Se observa que el 100% de encuestados afirman que siempre o casi siempre la mejora continua es uno de los objetivos de su área de trabajo satisfacen mis necesidades. El 43% indica que casi siempre el personal ha sido capacitado

durante el último año en materia de gestión de calidad, sin embargo, el 25% indica estar indeciso frente a esta premisa. De otra parte, el 25% refiere que casi siempre se le brinda reconocimiento efectivo a los colaboradores que destacan por la práctica de la mejora continua en su área de trabajo, pero el 48% se muestra indeciso frente a ello. Finalmente, el 28% refiere que casi siempre considera que el reconocimiento que brinda la empresa al personal es motivador, sin embargo, el 55% afirma estar indeciso frente a esta premisa.

4.1.4 Reconocer el enfoque al cliente en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022

Tabla 4

Enfoque al cliente en la empresa

Enfoque al cliente	Escala de alternativas										(Σ)	
	(5) siempre		(4) Casi siempre		(3) A veces		(2) Casi nunca		(1) Nunca		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N	%	N°	%
- La empresa atiende efectivamente los requerimientos de los clientes	23	58%	15	37%	2	5%	0	0%	0	0%	40	100%
- La empresa se preocupa constantemente por conocer los cambios en las necesidades de los clientes.	24	60%	15	37%	1	3%	0	0%	0	0%	40	100%
- La empresa evalúa de forma permanente la satisfacción de sus clientes	22	55%	17	42%	1	3%	0	0%	0	0%	40	100%
- Los clientes se manifiestan satisfechos con la oferta actual de productos de la empresa	21	53%	17	42%	2	5%	0	0%	0	0%	40	100%

Nota. Encuesta aplicada

Se observa que el 95% de trabajadores considera que siempre o casi siempre la empresa atiende efectivamente los requerimientos de los clientes. El 97% considera que siempre o casi siempre la empresa se preocupa constantemente por conocer los cambios en las necesidades de los clientes. Mientras que también el 97% de personas afirma que la empresa evalúa de forma permanente la satisfacción de sus clientes. De otra parte, el 95% considera que siempre o casi siempre los clientes se manifiestan satisfechos con la oferta actual de productos de la empresa.

4.1.5 Identificar la forma en que se organizan las ventas en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022

Tabla 5

Organización de las ventas en la empresa

Organización de las ventas	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) siempre		(4) Casi siempre		(3) A veces		(2) Casi nunca		(1) Nunca			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N	%	N°	%
El personal de ventas conoce claramente la descripción de sus funciones y tareas	22	55%	17	42%	1	3%	0	0%	0	0%	40	100%
- En la empresa existen sistemas operativos para apoyar la gestión de ventas	15	38%	20	50%	5	12%	0	0%	0	0%	40	100%
- La empresa dispone de métodos de distribución que aseguran la llegada oportuna de los productos al cliente	10	25%	21	53%	4	10%	5	12%	0	0%	40	100%

Nota. Encuesta aplicada

El 97% de trabajadores afirma que siempre o casi siempre el personal de ventas conoce claramente la descripción de sus funciones y tareas. El 88% de trabajadores considera que siempre o casi siempre en la empresa existen sistemas

operativos para apoyar la gestión de ventas, sin embargo, el 12% se muestra indeciso frente a ello. Finalmente, el 78% de trabajadores considera que siempre o casi siempre la empresa dispone de métodos de distribución que aseguran la llegada oportuna de los productos al cliente, sin embargo, el 10% se muestra indeciso frente a esta premisa y el 12% indica que casi nunca se ocurre.

4.2. Informe de aplicación de la guía de entrevista

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

En cuanto a la promoción en el personal de su responsabilidad frente a la gestión de calidad en la empresa, el entrevistado afirmó que todo el personal desde la alta gerencia, mandos medios y personal operativo son instruidos con la política empresarial, los valores de la organización y los objetivos planteados por la compañía, los mismos luego pasan por unas evaluaciones y los que obtengan resultados favorables son debidamente premiados, de tener resultados no tan favorables se realiza una reinducción en los temas mencionados.

Las estrategias de comunicación aplicadas en la empresa para promover su compromiso con la gestión de calidad en la empresa, se pudo conocer que se lleva a cabo una capacitación constante al personal involucrado en las áreas de producción, envasado, productos terminados, etc. así como reuniones de las áreas involucradas antes de iniciar las labores, incluyen también al personal operativo.

Respecto al nivel de trabajo en equipo que se practica en la empresa, el entrevistado indicó que se aplica la complementariedad, basada en el aporte de los conocimientos en todo el equipo, coordinación constante, confianza en el trabajo que realizan los compañeros y compromiso de aceptar responsabilidades y llevarlas a cabo en forma oportuna.

En cuanto a la evaluación de los resultados de los procesos llevados a cabo en la empresa, se pudo conocer que ello se realiza considerando la satisfacción del cliente, así como el nivel y/o cantidad de registro de quejas y reclamos.

Respecto a si existen objetivos relacionados a la mejora continua en la empresa, el entrevistado afirmó que los planes de mejora continua se establecen o tienen como finalidad encontrar técnicas para mejorar los productos/innovación con el objetivo de optimizar tiempos y reducir costos. Mientras que en cuanto a la aplicación de algún programa de capacitación al personal en materia de gestión de la calidad, ello si se da, ya que el personal de calidad y producción debe estar actualizado con los requisitos, requerimientos que tienen o solicitan los clientes dependiendo del lugar o país de destino del producto, también deben tener conocimiento de las normas, certificaciones que debe tener el producto o la planta para comercializar el producto que produce.

Finalmente, en cuanto a las prácticas de reconocimiento de la empresa a los trabajadores que destacan en lo que respecta a la mejora continua, se pudo conocer que la empresa mediante el área de bienestar social/RR. HH y las áreas de planta, incentiva y reconoce el esfuerzo del personal haciendo sorteos de premio sorpresa, canastas, o merchandising con logo de la empresa.

VARIABLE: VENTAS

En cuanto a las mejoras en cuanto a la atención a los requerimientos de los clientes se han generado recientemente en la empresa, el entrevistado afirmó que ello se está logrando en cuanto a la reducción del tiempo de respuesta a las solicitudes/requerimientos de los clientes y a brindar información constante del status de sus pedidos.

Respecto a lo que hace la empresa para monitorear los cambios en las necesidades de los clientes, se conoció que se lleva a cabo una comunicación constante con el cliente para conocer sus necesidades, así como brindar información de los nuevos productos que se están desarrollando.

En lo que respecta a la evaluación de la satisfacción de los clientes de la empresa, está se realiza a través de encuestas anuales que son enviadas a los clientes. Asimismo, a través de emails se les consulta a los clientes por la calidad del producto, envase y embalaje (servicio post-venta).

En cuanto a si la empresa cuenta con sistemas operativos para apoyar la gestión de ventas, se conoció que solo cuentan con un sistema integral que abarca todas las áreas de la empresa, que permite revisar los productos en stock con el cliente o sin cliente, listos para embarque, etc.

Finalmente, respecto a los métodos de distribución de productos de la empresa, el entrevistado afirmó que ello se da a través de la venta a mayoristas, venta a supermercados, ventas directas a consumidores y ventas a empresas que comercializan el producto terminando en grandes volúmenes.

V. DISCUSIÓN

En lo que concierne al primer objetivo específico, identificar la manera en que se desarrolla el compromiso del personal en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, Peresson (2017) precisa las ventajas principales de un colaborador animado, comprometido e involucrado dentro de la organización, un colaborador con anhelos de intervenir y ayudar a la mejora continua. En concordancia con ello, en la investigación realizada en SEAFROST S.A.C. se comprobó que el 58% de trabajadores afirma que siempre el personal demuestra responsabilidad con la gestión de calidad en la empresa. Mientras que el 42% indica que ello ocurre casi siempre. Iguales porcentajes se presentan para la premisa de si en su área las responsabilidades laborales están claramente asignadas según cada puesto. Ello implica que en la empresa existe un alto nivel de compromiso de parte del personal, lo cual es sumamente positivo a efecto de que la empresa logre sus objetivos no solo de producción, sino de calidad e incluso estratégicos de mejor forma, consolidando una organización sólida y perdurable.

Por su parte, Rivas y Quiroz (2016), en el trabajo realizado en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos de Lima, obtuvieron información respecto a la calidad de servicio, en la cual determinaron la importancia de factores como la aptitud de respuesta y la empatía del personal, lo cual tiene fuerte relación con el compromiso de los trabajadores. En tal sentido, en el caso de la investigación llevada a cabo en SEAFROST S.A.C. se evidenció que el 100% del personal considera al trabajo en equipo como una práctica habitual para el desarrollo de las actividades laborales con calidad, de cara a lograr la mayor satisfacción de los clientes, siendo muy importante ese factor en relación al compromiso que tienen los trabajadores.

De otro lado, en la entrevista realizada se conoció que, en cuanto a la promoción de la responsabilidad del personal frente a la gestión de calidad en la empresa, el personal desde la alta gerencia, mandos medios y personal operativo son instruidos con la política empresarial, los valores de la organización y los objetivos planteados por la compañía, siendo la comunicación clara y oportuna. Ello conlleva a generar no solo la identificación del personal con la empresa, sino que además, fomenta su participación y el reconocimiento de sus responsabilidades, siendo ello además una base importante para la evaluación del desarrollo de los trabajadores acorde a los fines y objetivos del equipo y la empresa en general.

En cuanto al segundo objetivo específico, reconocer las características del enfoque de procesos en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, Chiavenato (2018) argumenta que la aplicación del principio de enfoque implantando en procesos constantemente anima a establecer metódicamente las actividades fundamentales en aras de lograr el producto planificado, instaurar compromisos y actividades claras referente a gestión sobre las labores vitales, evaluar así como cuantificar la competencia sobre las actividades claves. En este contexto, en la investigación realizada en SEAFROST S.A.C. se pudo observar que el 90% refiere que siempre o casi siempre en su área se cumple con evaluar los resultados de los procesos llevados a cabo. De otra parte, el 93% afirma que siempre o casi siempre existen prácticas formalmente establecidas de análisis de la capacidad del personal para la ejecución de los procesos de trabajo. Estos resultados indican que en la empresa existe un buen nivel de gestión de procesos de cara a preservar la calidad de sus productos, siendo ello un factor muy importante para la competitividad de la empresa no solo en mercados nacionales sino también en el exterior.

De otra parte, Ortega (2016) en el trabajo sobre la gestión de calidad por procesos en la unidad de posgrado de la Universidad Católica del Ecuador, concluyó que existen actividades que se desarrollan de manera experimental, las cuales generan indisposición, atrasos, así como doble actividad, vinculado a los procedimientos de la parte administrativa, como de igual forma académicos del área de posgrado y en procedimientos como admisión y formación continua, lo cual minimiza el valor de la eficiencia de los interesados. Caso contrario ocurre en SEAFROST. S.A.C. donde el 98% de encuestados refiere que siempre o casi siempre en su área se busca proactivamente la solución a los problemas que se presentan en la ejecución de los procesos de trabajo, esta actitud positiva del personal implica la preocupación constante por la mejora continua de cara a satisfacer las expectativas de los clientes, consolidando la imagen de una empresa seria y de confianza.

Respecto al tercer objetivo específico, identificar la forma en que se realiza la mejora continua en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, Robles y Suclla (2017) manifiestan que la aplicación del principio de mejora continua de manera común se direcciona a ejecutar un enfoque a la organización hacia la mejora continua del desenvolvimiento de la organización, otorgar a los colaboradores conocimientos en los procesos y las tácticas de la mejora continua, lograr que la mejora continua de los procedimientos, sistemas y productos sean un fin para cada colaborador. Al respecto, en SEAFROST S.A.C. se observa que el 100% de encuestados afirman que siempre o casi siempre la mejora continua es uno de los objetivos del área de trabajo. De otra parte, el 25% refiere que casi siempre se le brinda reconocimiento efectivo a los colaboradores que destacan por la práctica de la mejora continua, pero el 48% se muestra indeciso frente a ello. Esta contradicción implica la necesidad de que además de ser un objetivo de la empresa, la mejora continua debe ser reconocida en cuanto los logros que se puedan alcanzar, promoviendo de esta manera la mejor actitud hacia este importante enfoque.

Por su parte, López (2017) en la investigación sobre gestión de la calidad y satisfacción del usuario de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, concluyó determinando la importante relación entre ambas variables, asimismo, resaltando la importancia de la capacitación del personal, así como las prácticas de reconocimiento a los logros de los trabajadores. En este contexto, en SEAFROST S.A.C. se evidenció que solo el 43% de personas indica que casi siempre el personal ha sido capacitado durante el último año en materia de gestión de calidad; mientras que el 28% refiere que casi siempre considera que el reconocimiento que brinda la empresa al personal es motivador. Estos factores demuestran la necesidad de reforzar actividades de capacitación que incluyan a los colaboradores que no han recibido estos beneficios que redundarán en la calidad de su trabajo, así como los reconocimientos dirigidos a los trabajadores por el logro de metas, fortaleciendo la gestión de calidad de los procesos internos de la empresa.

En cuanto al cuarto objetivo específico, reconocer el enfoque al cliente en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, Según Peresson (2017) sostiene que el enfoque al cliente contribuye al incremento de las entradas y sobre la cuota de mercado, respondiendo rápidamente a las demandas de los clientes, incrementando la confianza del cliente. En cuanto a la investigación llevada a cabo en SEAFROST S.A.C. se pudo observar que el 95% de trabajadores considera que siempre o casi siempre la empresa atiende efectivamente los requerimientos de los clientes, mientras que el 97% considera que siempre o casi siempre la empresa se preocupa por conocer los cambios en las necesidades de los clientes. Esto resalta la positiva situación en la que se encuentra el enfoque al cliente en la empresa, constituyendo ello un factor desarrollado positivamente en SEAFROST S.A.C. pudiendo ser esta una posible fuente de ventaja competitiva en materia comercial, necesaria para asegurar permanentemente el mejor posicionamiento de la empresa.

Reyes (2016) en la investigación llevada a cabo respecto a la aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C, Piura, concluyó que se percibe que el servicio que brinda la organización no es confiable; ya que, fundamentado en la medición de los resultados al obtener el servicio, las personas encuestadas precisaron que el servicio se encuentra en un nivel muy bajo, debido a que no se ejecuta el servicio en el cronograma establecido. Contrariamente a ello, en SEAFROST S.A.C. se evidenció que el 97% de personas considera que la empresa evalúa de forma permanente la satisfacción de sus clientes. De otra parte, el 95% considera que siempre o casi siempre los clientes se manifiestan satisfechos con la oferta actual de productos de la empresa, siendo esto último coherente con la orientación al cliente que mantiene SEAFROST S.A.C de acuerdo a los resultados encontrados en esta empresa.

Respecto al quinto objetivo específico, identificar la forma en que se organizan las ventas en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, según López (2016) la organización de las ventas consiste en ordenar y seleccionar las mejores estrategias y vincularlas con cada producto del mercado. Al respecto en la investigación realizada en SEAFROST S.A.C., se encontró que el 97% de trabajadores afirma que el personal de ventas conoce claramente la descripción de sus funciones y tareas, mientras que el 88% de trabajadores considera que en la empresa existen sistemas operativos para apoyar la gestión de ventas. Por lo cual, se infiere que la amplia mayoría de trabajadores son conscientes de la importancia de la organización de las ventas y de las estrategias que les permitan llegar a los objetivos comerciales de manera exitosa.

Rivas y Quiroz (2016) en la investigación sobre la gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en las oficinas de la SUNARP de Lima, concluyeron que, respecto a la calidad de servicio, se asume que los factores tangibles, la aptitud de respuesta, la fiabilidad, la empatía la certeza se aplican de manera correcta.

En la investigación realizada en SEAFROST S.A.C. se evidenció que el 78% de trabajadores considera la empresa dispone de métodos de distribución que aseguran la llegada oportuna de los productos al cliente, con lo cual, la aptitud de respuesta y la fiabilidad se mantienen en un nivel alto y satisfactorio, siendo un factor que incluso podría llegar a un mejor nivel en el corto o mediano plazo.

En cuanto al objetivo general, determinar la manera en que se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022, de acuerdo a López (2017) la gestión de la calidad no es solo un sistema de dirección que plasma la práctica de orientar a las organizaciones con cierta filosofía, el cual debe penetrar en la conducta de todo un equipo de dirección. En este orden de ideas, en la entrevista realizada como parte de la investigación llevada a cabo en SEAFROST S.A.C. se conoció que, respecto a la promoción en el personal de su responsabilidad frente a la gestión de calidad en la empresa, todo el personal desde la alta gerencia, mandos medios y personal operativo son instruidos con la política empresarial, los valores de la organización y los objetivos planteados por la compañía, los mismos luego pasan por unas evaluaciones. Por otro lado, en cuanto al nivel de trabajo en equipo que se practica en la empresa, el entrevistado se aplica la complementariedad, basada en el aporte de los conocimientos en todo el equipo, coordinación constante, confianza en el trabajo que realizan los compañeros y compromiso de aceptar responsabilidades.

Respecto a si existen objetivos relacionados a la mejora continua en la empresa, el entrevistado afirmó que los planes de mejora continua se establecen o tienen como finalidad encontrar técnicas para mejorar los productos/innovación con el objetivo de optimizar tiempos y reducir costos. Mientras que, en cuanto a la aplicación de algún programa de capacitación al personal en materia de gestión de la calidad, ello si se da, ya que el personal de calidad y producción debe estar actualizado con los requisitos, requerimientos que tienen o solicitan los clientes dependiendo del lugar o país de destino del producto, también deben tener conocimiento de las normas, certificaciones que debe tener el producto o la planta para comercializar el producto que produce.

Según Mercado (2015), sostiene que la gestión de ventas abarca las fases de planear, organizar, dirigir y controlar la totalidad del sistema comercial de las labores empresariales que permiten el aumento de las utilidades de la organización. Por su parte, de la entrevista realizada en SEAFROST S.A.C. se pudo comprobar que en cuanto a las mejoras en la atención a los requerimientos de los clientes, se está logrando la reducción del tiempo de respuesta a las solicitudes/requerimientos de los clientes y a brindar información constante del status de sus pedidos. Por otro lado, respecto a lo que hace la empresa para monitorear los cambios en las necesidades de los clientes, se conoció que se lleva a cabo una comunicación constante con el cliente para conocer sus necesidades, así como brindar información de los nuevos productos que se están desarrollando.

Finalmente, en la empresa solo se cuenta con un sistema integral que permite revisar los productos en stock con el cliente o sin cliente, listos para embarque, etc. De ello, se evidencia que es necesario hacer las mejoras en lo que corresponde a sistemas que permitan mejorar los procedimientos relacionados a las ventas y de esta manera consolidar las relaciones con los clientes.

VI. CONCLUSIONES

1. En lo que respecta a la manera en que se desarrolla el compromiso del personal en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, se destaca la responsabilidad que demuestra el personal con la gestión de calidad en la empresa, así como la clara asignación de responsabilidades laborales según cada puesto. Complementariamente a ello resalta la comunicación clara, oportuna y el trabajo en equipo como práctica habitual para el desarrollo de las actividades laborales con calidad.
2. Respecto a las características del enfoque de procesos en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, se comprobó que en las áreas se cumple con evaluar los resultados de los procesos llevados a cabo, así como, las prácticas formalmente establecidas de análisis de las capacidades del personal para la ejecución de los procesos de trabajo. Igualmente destaca la proactividad en la solución a los problemas presentados en la ejecución de los procesos de trabajo.
3. En cuanto a la forma en que se realiza la mejora continua en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, se destaca que dicha mejora continua es uno de los objetivos de las áreas de trabajo en la empresa. Sin embargo, existen debilidades como las actividades de capacitación y el reconocimiento efectivo a los colaboradores que destacan por la práctica de la mejora continua en su área de trabajo, siendo ello un factor poco motivador para dichos colaboradores.
4. En lo que concierne al enfoque al cliente en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, se pudo conocer que la mayor parte de colaboradores considera que la empresa atiende efectivamente los requerimientos de los clientes y se preocupa por conocer los cambios en las necesidades de los clientes, evaluando permanente la satisfacción de estos.

5. Respecto a la forma en que se organizan las ventas en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, se destaca que el personal de ventas conoce claramente la descripción de sus funciones y tareas, sin embargo, se pudo conocer que existen aspectos que pueden ser mejorados como la provisión de sistemas operativos para apoyar la gestión de ventas, así como, los métodos de distribución que aseguren la llegada oportuna de los productos al cliente.

6. En cuanto a la manera en que se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, destaca la orientación hacia la mejora continua y al cliente por parte de los colaboradores de la empresa; sin embargo, persisten aspectos que deben ser mejorados destacando dentro de ello las actividades de capacitación, la motivación y reconocimiento a dichos colaboradores, así como los sistemas operativos para mejorar la gestión de las ventas.

VII. RECOMENDACIONES

A los responsables de la dirección de la empresa:

1. Promover el empowerment en el personal, a fin de aprovechar de manera más efectiva la responsabilidad que demuestra el personal con la gestión de calidad en la empresa, de esta manera se podría brindar más espacios pro activos para que el personal participe poniendo en práctica su creatividad e innovación.
2. Diseñar y ejecutar planes de capacitación en base a diagnósticos por competencias en las distintas áreas de la empresa, de modo que un mayor número de trabajadores sea beneficiado y pueda contribuir aún más y mejor a la ejecución de procesos productivos y de calidad.
3. Institucionalizar prácticas de reconocimiento efectivo a los colaboradores que destacan por la práctica de la mejora continua en su área de trabajo, promoviendo la participación y aportes de dichos colaboradores para la mejora de los procesos operativos y de apoyo en la empresa.
4. Implementar mejoras continuas en los procedimientos de relacionamiento y seguimiento a los clientes, aprovechando la orientación que mantienen los colaboradores hacia el mercado, ello contribuirá a la sostenibilidad de la competitividad de la empresa en el mercado internacional.
5. Monitorear la posibilidad de mejorar los sistemas operativos de apoyo a la gestión de ventas, así como de los métodos de distribución que aseguren la llegada oportuna de los productos al cliente, ejecutando los cambios necesarios de manera oportuna, a fin de asegurar la perdurabilidad de la buena imagen de la empresa en el mercado internacional y asegurar la satisfacción de los clientes.

REFERENCIAS

- Apolinario (2016). En su estudio "Calidad de la gestión y el desempeño profesional de la Escuela de Oficiales de la Policía Nacional del Perú de Trujillo, 2013".
<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1073/TM%20CE-Du%20A646%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, J. (2016). Protocolo de investigación III: la población de estudio. Revista Alergia México 2016;63(2):201-206.
<http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181/309>
- Casassus, J. (2016), Problemas de la gestión en américa latina.
https://docs.google.com/document/d/1XTE9Vmttab_d42Ub1Bfeo5rOZLV_CrxN1GHxrbTxP7k/edit?hl=en_US&pli=1
- Chávez, D. (2018) El clima organizacional y la empresa. México: Pearson Educación.
- Chinchayán, I. (2016). Diseño del sistema de gestión basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2008 para la asociación de pescadores artesanales Playa Blanca- Sechura (Tesis de titulación). Universidad Nacional de Piura. Piura.
- Chiavenato, I. (2018). Gestión del Talento Humano. México
- Diario Gestión (2015). Director general del PAD – Escuela de dirección de la Universidad de Piura. Recuperado: <https://gestion.pe/impresa/director-general-pad-escuela-direccion-universidad-piura-87176-noticia/>
- FAO (2012). Invertir en la agricultura para construir un futuro mejor. Recuperado de: <https://www.fao.org/publications/sofa/2012/es/>
- Galán, (2016). Guía metodológica para diseños de investigación. Blogspot <HTTP://MANUELGALAN.BLOGSPOT.COM/P/GUIAMETODOLOGICAPARA INVESTIGACION.HTML>.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación. Mc Graw-Hill.

- Kotler, P. y Keller, K. (2014). Dirección de Marketing. (13 ed.). Pearson Educación.
- Lizarzaburu A. (2016). Gestión de calidad. Madrid., España: Editorial Paraninfo.
- López (2017). "Gestión de la calidad y su relación con la satisfacción del usuario de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac en el año 2017".
<https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1690>
- López, A. y Lobato, F. (2016). Operaciones de venta. Madrid., España: Editorial Paraninfo.
- López, P. y Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación Cuantitativa. Universitat Autònoma de Barcelona, 1° edición.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Maldonado, T. (2017). Investigaciones descriptivas y no experimentales. Universidad Yacambu, Venezuela.
- Martínez, M. (2015). Caracterización de la validez y confiabilidad en el constructo metodológico de la investigación social. Universidad Privada, Artículo de Opinión.
- Meneses, J. y Rodríguez, D. (2015). El cuestionario y la entrevista.
<http://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario-entrevista/cuestionario-entrevista.pdf>
- Minga, A y Núñez, G (2017). Estudio de la factibilidad para la producción y comercialización de conservas de palmito en la ciudad de Guayaquil y su posible exportación al mercado Francés.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18242/1/TESIS%20MINGA%20Y%20NU%C3%91EZ.pdf>
- Ministerio de Producción (2016). Ministerio de producción logró revalidar certificación de la Norma ISO.
<https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/23790-ministerio-de-la->

produccion-logro-revalidar-certificacion-de-la-norma-iso-9001-2015-en-su-sistema-de-gestion-de-calidad

Mina, D. y Mina, J. (2017). Plan de negocios para la comercialización y exportación de conservas de palmitos al mercado de Francia. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29241/1/TESIS%20MINAS%20%20FINAL%20CONSERVAS%20DE%20PALMITOS.pdf>

Mercado, S. (2015). Administración de las ventas, fuerza de ventas como fuente de información". (2° ed.). Editorial Trillas

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2015). <https://www.cancilleria.gov.co/international/multilateral/united-nations/fao>

Ortega Sanclemente, M. (2016). Gestión de calidad por procesos en la unidad de posgrado de la PUCESE. Ecuador.

Peresson, L. (2017). Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente. España.

Reyes, M. (2016). Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte EMTRUBAPI S.A.C, año 2016—Piura. Universidad Nacional de Piura / UNP. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1084>

Robles, T. y Suclla, U. (2017) Hombres y Empresas. Una visión psicosociológica de la administración. Editorial Trillas.

Rosales (2018). Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de encurtido de palmito. <http://docplayer.es/215590351-Facultad-de-ciencias-empresariales.html>

Rivas y Quiroz (2016). La gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario en las oficinas de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos de Lima. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6397/Rivas_FPJ-Quiroz_GIHT.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Sosa, W. (2016). Rediseño del distribuidor de las pozas de almacenamiento para mejorar el rendimiento productivo en la elaboración de harina de pescado de anchoveta en la planta de harina de pescado de La Corporación Hayduk S.A - Constante. Sechura - Piura. Piura – Perú. Tesis Universidad Nacional de Piura.

Torres, V. (2014). Administración de ventas. 1° ed. Grupo Editorial Patria.

Troncoso, C. y Amaya, A. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. Rev. Fac. Med. 2017; 65:329-32. Spanish. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD	La gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él (López, 2017)	La gestión de calidad se medirá a través del compromiso del personal, el enfoque a procesos así como la mejora continua, para lo cual se aplicará un cuestionario y una guía de entrevista.	Compromiso del personal	Responsabilidad	Ordinal
				Comunicación	
				Trabajo en equipo	
			Enfoque a procesos	Evaluación	
				Análisis de capacidad	
				Solución de problemas	
			Mejora continua	Objetivos	
				Capacitación	
				Reconocimiento	
VENTAS	Según Mercado (2015), sostiene que la gestión de ventas abarca las fases de planear, organizar, dirigir y controlar la totalidad del sistema comercial de las labores empresariales que permiten el aumento de las utilidades de la organización.	Se medirá a través del enfoque al cliente y la organización de las ventas, para lo cual se aplicará un cuestionario y una guía de entrevista	Enfoque al cliente	Requerimientos	Ordinal
				Necesidades	
				Satisfacción	
			Organización de las ventas	Descripción de las funciones del personal de ventas	
				Sistemas operativos	
				Métodos de distribución	

ANEXO 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
<p>Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022</p>	<p>Problema General:</p> <p>¿De qué manera se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar la manera en que se ejecuta la gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022</p>	<p>Tipo de Investigación: aplicada</p> <p>Diseño de la Investigación: No experimental, transeccional, descriptiva</p> <p>Enfoque: Mixto</p>
	<p>Problemas específicos:</p> <p>¿De qué manera se desarrolla el compromiso del personal en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?</p> <p>¿Cuáles son las características del enfoque de procesos en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?</p> <p>¿De qué forma se realiza la mejora continua en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?</p> <p>¿Cómo es el enfoque al cliente en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?</p> <p>¿Cómo se organizan las ventas en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Identificar la manera en que se desarrolla el compromiso del personal en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022</p> <p>Reconocer las características del enfoque de procesos en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022</p> <p>Identificar la forma en que se realiza la mejora continua en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022</p> <p>Reconocer el enfoque al cliente en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022</p> <p>Identificar la forma en que se organizan las ventas en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022</p>	<p>Población: 40 colaboradores</p> <p>Muestra: 40 colaboradores</p> <p>Técnica: Encuesta, entrevista</p> <p>Instrumento: Cuestionario, guía de entrevista</p> <p>Método de análisis: Microsoft Excel</p>

Anexo 03 Instrumentos

Anexo 3 A. Cuestionario

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN N° _____						
Encuesta a Trabajadores						
<p>Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.</p> <p>Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación "Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022". Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.</p> <p>Escala de medición consta: (5) TOTALMENTE DE ACUERDO - (4) DE ACUERDO - (3) INDECISO - (2) EN DESACUERDO - (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO</p> <p>Consentimiento informado: De manera libre y voluntaria, expreso mi aceptación para responder al presente cuestionario: Si () No ()</p>						
DATOS ESPECIFICOS						
ITEMS		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
<u>VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD</u>						
1	<u>COMPROMISO DEL PERSONAL</u> El personal demuestra responsabilidad con la gestión de calidad en la empresa					
2	En su área las responsabilidades laborales están claramente asignadas según cada puesto					
3	La comunicación en su área es clara y oportuna					
4	El trabajo en equipo es una práctica habitual para el desarrollo de las actividades laborales con calidad					

5	<u>ENFOQUE A PROCESOS</u> En su área se cumple con evaluar los resultados de los procesos llevados a cabo					
6	Existen prácticas formalmente establecidas de análisis de la capacidad del personal para la ejecución de los procesos de trabajo					
7	En su área se busca proactivamente la solución a los problemas que se presentan en la ejecución de los procesos de trabajo					
8	<u>MEJORA CONTINUA</u> La mejora continua es uno de los objetivos de su área de trabajo					
9	El personal ha sido capacitado durante el último año en materia de gestión de calidad					
10	Se le brinda reconocimiento efectivo a los colaboradores que destacan por la práctica de la mejora continua en su área de trabajo					
11	Usted considera que el reconocimiento que brinda la empresa al personal es motivador					
ITEMS		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
<u>VARIABLE: VENTAS</u>						
12	<u>ENFOQUE AL CLIENTE</u> La empresa atiende efectivamente los requerimientos de los clientes					
13	La empresa se preocupa constantemente por conocer los cambios en las necesidades de los clientes					
14	La empresa evalúa de forma permanente la satisfacción de sus clientes					
15	Los clientes se manifiestan satisfechos con la oferta actual de productos de la empresa					
16	<u>ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS</u> El personal de ventas conoce claramente la descripción de sus funciones y tareas					
17	En la empresa existen sistemas operativos para apoyar la gestión de ventas					
18	La empresa dispone de métodos de distribución que aseguran la llegada oportuna de los productos al cliente					

DATOS GENERALES

1. Edad : _____

2. Sexo : _____

3. Estado civil : _____

4. Ocupación : _____

Fecha: _____

Anexo 3 B. Guía de Entrevista



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado gerente, la presente entrevista se realiza en el marco de la investigación titulada; *“Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paíta, 2022”*, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. Se agradece su apoyo.

ASPECTOS GENERAL

- ENTREVISTADOR (A):
 ENTREVISTADO (A):

- FECHA: ___/___/___
 TIEMPO: ___

Consentimiento informado:

De manera libre y voluntaria, expreso mi aceptación para responder al presente cuestionario:

Si () No ()

VARIABLE:

GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿De qué manera se promueve en el personal su responsabilidad en relación a la gestión de calidad en la empresa
2. ¿Qué estrategias de comunicación se aplican en la empresa para promover su compromiso con la gestión de calidad en la empresa?
3. ¿Qué nivel de trabajo en equipo se practica en la empresa? Explique
4. ¿Cómo se evalúan los resultados de los procesos llevados a cabo en la empresa?
5. ¿Existen objetivos relacionados a la mejora continua en la empresa? Explique
6. ¿Aplican algún programa de capacitación al personal en materia de gestión de la calidad? ¿Por qué?
7. ¿Cuáles son las prácticas de reconocimiento de la empresa a los trabajadores que destacan en lo que respecta a la mejora continua?

VARIABLE:

VENTAS

1. ¿Qué mejoras en cuanto a la atención a los requerimientos de los clientes se han generado recientemente en la empresa? Explique
2. ¿Cómo hace la empresa para monitorear los cambios en las necesidades de los clientes?

3. ¿Cómo se evalúa la satisfacción de los clientes de la empresa?
4. ¿La empresa cuenta con sistemas operativos para apoyar la gestión de ventas?
Explique
5. ¿Cuáles son los métodos de distribución de productos de la empresa?

Muchas gracias por su participación...

Anexo 04 Resultados de la Guía de Entrevista

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿De qué manera se promueve en el personal su responsabilidad en relación a la gestión de calidad en la empresa?

Todo el personal desde la alta gerencia, mandos medios y personal operativo son instruidos con la política empresarial, los valores de la organización y los objetivos planteados por la compañía, los mismos luego pasan por unas evaluaciones y los que obtengan resultados favorables son debidamente premiados, de tener resultados no tan favorables se realiza una reinducción en los temas mencionados.

2. ¿Qué estrategias de comunicación se aplican en la empresa para promover su compromiso con la gestión de calidad en la empresa?

- Capacitación constante al personal involucrado en las áreas de producción, envasado, productos terminados, etc.
- Reunión de las áreas involucradas antes de iniciar las labores, incluyen también al personal operativo.

3. ¿Qué nivel de trabajo en equipo se practica en la empresa? Explique

Se practica la complementariedad, aportar los conocimientos con todo el equipo, coordinación constante, confianza en el trabajo que realizan los compañeros y compromiso de aceptar responsabilidades y llevarlas a cabo en forma oportuna.

4. ¿Cómo se evalúan los resultados de los procesos llevados a cabo en la empresa?

- Con la satisfacción del cliente.
- Nivel y/o cantidad de registro de quejas y reclamos.

**5. ¿Existen objetivos relacionados a la mejora continua en la empresa?
Explique**

Si, los planes de mejora continua se establecen o tienen como finalidad encontrar técnicas para mejorar los productos/innovación con el objetivo de optimizar tiempos y reducir costos.

6. ¿Aplican algún programa de capacitación al personal en materia de gestión de la calidad? ¿Por qué?

Sí, porque el personal de calidad y producción debe estar actualizado con los requisitos, requerimientos que tienen o solicitan los clientes dependiendo del lugar o país de destino del producto, también deben tener conocimiento de las normas, certificaciones que debe tener el producto o la planta para comercializar el producto que produce.

7. ¿Cuáles son las prácticas de reconocimiento de la empresa a los trabajadores que destacan en lo que respecta a la mejora continua?

La empresa mediante el área de bienestar social/RR. HH y las áreas de planta, incentivan y reconocen el esfuerzo del personal haciendo sorteos de premio sorpresa, canastas, o merchandising con logo de la empresa.

VARIABLE: VENTAS

1. ¿Qué mejoras en cuanto a la atención a los requerimientos de los clientes se han generado recientemente en la empresa? Explique

- Reducir el tiempo de respuesta a las solicitudes/requerimientos de los clientes.
- Brindar información constante del status de sus pedidos.

2. ¿Cómo hace la empresa para monitorear los cambios en las necesidades de los clientes?

- Comunicación constante de las necesidades del cliente.
- Brindar información de los nuevos productos que se están desarrollando.

3. ¿Cómo se evalúa la satisfacción de los clientes de la empresa?

- Encuestas anuales se envían al cliente.
- Email donde se consulta al cliente por la calidad del producto, envase y embalaje (servicio post-venta).

4. ¿La empresa cuenta con sistemas operativos para apoyar la gestión de ventas? Explique

Solo contamos con un sistema integral que abarca todas las áreas de la empresa, que permite revisar los productos en stock con el cliente o sin cliente, listos para embarque, etc.

5. ¿Cuáles son los métodos de distribución de productos de la empresa?

- Venta a Mayoristas.
- Ventas a supermercados.
- Ventas directas a consumidores.
- Ventas a empresas que comercializan el producto terminando en grandes volúmenes.

Anexo 05 Validaciones del cuestionario



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy William Castillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor en Ciencias administrativas N° ANR: 202528, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas desempeñándome actualmente como: Docente a tiempo completo en la U.C.V. Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario aplicado a colaboradores de la empresa	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1.Clarity					X
2.Objetividad					X
3.Actualidad					X
4.Organización					X
5.Suficiencia					X
6.Intencionalidad					X
7.Consistencia					X
8.Coherencia					X
9.Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 26 días del mes de enero del Dos mil Veintidós.

Dr. Freddy W. Castillo Palacios
M.A. 0117 DE GOBIERNO

Dr. : Freddy William Castillo Palacios
DNI : 02842237
Especialidad : Administración
E-mail : fwcastillo@ucvvirtual.edu.pe

“Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES	
		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					95	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					95	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					95	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																					95	



6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																					95	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																					95	
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																					95	
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																					95	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.
Paita, 26 de enero del 2022.



Dr. Freddy W. Castillo Palacios
PROF. UNIV. DE CUJETA SP 843

Dr.: Freddy William Castillo Palacios

DNI: 02842237

Teléfono: 969584019

E-mail: fcastillo@ucvvirtual.edu.pe



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Groover Valenty Villanueva Butrón con DNI N° 02842722 Magister en Ciencias Económicas con mención en Economía de Empresas y Doctor en Administración, de profesión Ingeniero Industrial con especialidad en Investigación de Operaciones desempeñándome actualmente como DTC en la C.P. de Administración – UCV Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Questionario aplicado a los trabajadores de la empresa SEAFROST S.A.C. Piura, 2022	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los dos días del mes de febrero del dos mil veintidos.

Dr. : Groover Valenty Villanueva Butrón
DNI : 02842722
Especialidad : Ingeniero Industrial
E-mail : gvillanuevabu@ucvvirtual.edu.pe

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Martín Lazo Sánchez, con DNI N° 02778943, Magister en Administración con mención en Gerencia Empresarial, Licenciado en Ciencias Administrativas, Registro Único Colegiatura N° 23792, desempeñándome actualmente como Docente de la Escuela de Administración UCV Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos Cuestionarios:

"Gestión de Calidad como estrategia para mejorar las ventas de las conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paíta, 2022".

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Gestión de Calidad. Cuestionario dirigido a trabajadores de la empresa SEAFROST S.A.C. Paíta, 2022.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

Ventas. Cuestionario dirigido a trabajadores de la empresa SEAFROST S.A.C. Paiza, 2022.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 03 días del mes de febrero del Dos mil Veintidós.




Mg. : José Martín Lazo Sánchez
DNI : 02778943
Especialidad : Administración
E-mail : martinlazosanchez@gmail.com

“Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95							
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95							
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95							
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95							
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95							
6. Intencionalidad	Adecuado para																			95							

	valorar las dimensiones del tema de la investigación																				
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			95	
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			95	
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			95	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 03 de febrero de 2022




Mg.: JOSE MARTIN LAZO SANCHEZ
 DNI: 02778943
 Celular: 969294427
 E-mail: martinlazosanchez@gmail.com

Anexo 06 Confiabilidad del cuestionario

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

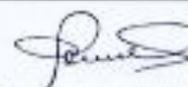
1.1. ESTUDIANTE	:	Carhuapoma Alfaro Neison Smith Rivera Valencia Mely Arlet
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paíta, 2022
1.3. ESCUELA PROFESIONAL:		ADMINISTRACIÓN
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario sobre ventas
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20</i> <i>kuder Richardson</i> ()
		<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	18/02/2022
1.7. MUESTRA APLICADA	:	40

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.887
------------------------------------	-------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

Ítems evaluados: 7
 Ítems eliminados: 0
 La confiabilidad del instrumento se determinó usando el índice de consistencia y coherencia interna, Alfa de Cronbach, cuyo valor de 0.887, cae en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento para evaluar las Ventas



Docente : MSc. Lenin Alberto Derna
 Lic. ESTADÍSTICA
 COESPE 506

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Carhuapoma Alfaro Neison Smith Rivera Valencia Mely Arlet
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paiza, 2022
1.3. ESCUELA PROFESIONAL:	ADMINISTRACIÓN
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario sobre Gestión de calidad
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	KR-20 kuder Richardson () Alfa de Cronbach. (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	18/02/2022
1.7. MUESTRA APLICADA :	40

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.909
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

<p> ítems evaluados: 11 ítems eliminados: 0 La confiabilidad del instrumento se determinó usando el índice de consistencia y coherencia interna, Alfa de Cronbach, cuyo valor de 0.909, cae en un rango de confiabilidad muy alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento para evaluar la Gestión de calidad </p>
--



Docente: MSc. Lemán Alberto Cerna
 Lic. ESTADÍSTICA
 COESPE 506

Anexo 07 Carta de autorización de la empresa

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Paita, 15 de noviembre de 2021

Señores

Escuela de Administración

Universidad César Vallejo – Campus Piura

A través del presente, **GIACOMO CARIDA**, identificado con Carnet de extranjería N° **001709777** representante de la empresa **SEAFROST S.A.C**, con el cargo de **SUPERINTENDENTE DE PLANTA CONSERVAS**, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Rivera Valencia , Mely Arlet
- b) Carhuapoma Alfaro , Neison Smith

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "**Gestión de calidad como estrategia para mejorar las ventas de conservas de atún en la empresa SEAFROST S.A.C. Paita, 2022**"

Si No

- b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,


Giacomo Carida
Superintendente de Planta de Conservas
SEAFROST S.A.C.
Firma y Sello

GIACOMO CARIDA

SUPERINTENDENTE DE PLANTA CONSERVAS – SEAFROST S.A.C