



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa
muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Ayala Panta, Leyter Wilfredo (orcid.org/0000-0002-1053-3519)

Periche Baca, Loana Lizeth (orcid.org/0000-0001-7627-6669)

ASESORAS:

Dra. Jimenez Chinga, Regina (orcid.org/0000-0003-4048-0929)

Dra. Suysuy Chambergo, Ericka Julissa (orcid.org/0000-0003-0744-0052)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios, por haberme guiado e iluminado, a mi esposa y mi hijo por brindarme las fuerzas necesarias para seguir en mi proceso académico, a mis padres y hermanos por su apoyo emocional que me brindan desde que empecé mis estudios.

Leyter Wilfredo.

A Dios, por iluminar siempre mi camino ante las dificultades que hay en la vida, a mis padres por orientarme para seguir adelante pese a las complicaciones que se me presentaron en el camino y a mi abuelita por su apoyo incondicional.

Loana Lizeth.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad César Vallejo por ofrecerme a buenos docentes que me ayudaron en el desarrollo de la investigación para colaborar a la sociedad científica.

Leyter Wilfredo.

Agradezco a mi asesora de esta investigación por guiarme mediante el proceso de investigación y poder ayudar a la comunidad científica.

Loana Lizeth.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, JIMENEZ CHINGA REGINA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.", cuyos autores son PERICHE BACA LOANA LIZETH, AYALA PANTA LEYTER WILFREDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 21 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
JIMENEZ CHINGA REGINA DNI: 02654918 ORCID: 0000-0003-4048-0929	Firmado electrónicamente por: RJIMENEZCH el 27- 12-2023 16:31:18

Código documento Trilce: TRI – 0704592





**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES

Nosotros, PERICHE BACA LOANA LIZETH, AYALA PANTA LEYTER WILFREDO estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
LEYTER WILFREDO AYALA PANTA DNI: 75589405 ORCID: 0000-0002-1053-3519	Firmado electrónicamente por: LEYTERAYALA el 21-12-2023 15:18:43
LOANA LIZETH PERICHE BACA DNI: 73521858 ORCID: 0000-0001-7627-6669	Firmado electrónicamente por: LOANABACA el 21-12-2023 16:30:04

Código documento Trilce: TRI - 0704593

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización:	15
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	17
3.5. Procedimientos:.....	19
3.6. Método de análisis de datos:.....	19
3.7. Aspectos éticos:	20
IV. RESULTADOS	21
4.1. Informe de aplicación del cuestionario	21
4.2. Informe de aplicación de la guía de entrevista	30
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	39
VII. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	41
ANEXOS	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Dimensión servicio	21
Tabla 2 Correlación entre el servicio y la cadena de suministros	23
Tabla 3 Dimensión mercado	24
Tabla 4 Correlación entre el mercado y la de cadena de suministros.....	25
Tabla 5 Dimensión ventas.....	26
Tabla 6 Correlación entre las ventas y la cadena de suministros	27
Tabla 7 Percepción de la gestión comercial y la cadena de suministros	28
Tabla 8 Correlación entre la gestión comercial y la cadena de suministros.....	29

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. Se utilizó una metodología aplicada, enfoque mixto, correlacional con un diseño no experimental, de corte transversal. La población fue finita y la muestra estuvo conformada por un total de 75 colaboradores de la empresa, con respecto a los instrumentos de recolección de datos se empleó el cuestionario y la guía de entrevista. Estos resultados demostraron que el 21.3% estar de acuerdo respecto a la gestión comercial, y el 12.0% indicó estar de acuerdo en cuanto a la cadena de suministro. Asimismo, se concluyó que existe una relación significativa entre gestión comercial y la cadena de suministro, el cual reflejó un factor de Pearson= 0, 922 y sig. =0.000.

Palabras clave: Gestión comercial, cadena de suministro, servicio, mercado, ventas.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the relationship between commercial management and the supply chain in the Talara zonal fishing dock and terminal company, 2023. An applied methodology, mixed approach, correlational with a non-experimental, cross-sectional design was used. The population was finite and the sample was made up of a total of 75 employees of the company. Regarding the data collection instruments, the questionnaire and the interview guide were used. These results showed that 21.3% agreed regarding commercial management, and 12.0% indicated they agreed regarding the supply chain. Likewise, it was concluded that there is a significant relationship between commercial management and the supply chain, which reflected a Pearson factor = 0.922 et seq. =0.000.

Keywords: Commercial management, supply chain, service, market, sales.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas cuentan con una cadena de suministro donde se ve la función estratégica y logística, lo cual, abarca todos los trabajos que son fundamentales para que una mercadería pueda tener un destino hacia el cliente final en unas buenas condiciones, se coordinan agentes en diferentes rangos de productividad. Para una cantidad de empresas la entrega de su producto o tal vez un servicio que brinden establece el recurso de otro en una cadena constante hasta llegar seguro y correcto a su destino final (Roldán, 2020).

A nivel internacional, Clarke et al. (2018) en las empresas es fundamental el proceso de dirección, mediante el cual se plantean técnicas para lograr su objetivo, permitiendo sugerir información para poder tomar buenas decisiones y poder dar conocimiento a la población del producto que se brindará para una mejor comercialización. Juárez (2021) en México, en el sector pesquero a menudo dan como resultado una gestión pesquera deficiente debido a la falta de transparencia y trazabilidad del producto, por lo que ocasiona que las empresas no lleguen al cumplimiento de metas, de tal modo que, la carencia de un esquema adecuado ha provocado a la sobrepesca y, junto con el cambio climático, crea una crisis bastante grave en los océanos. Por otro lado, Quiñones et al. (2022) en México el rubro pesquero, se sitúa en el camino correcto para poder conservar los ecosistemas marinos y su beneficio sostenible, así favoreciendo el bienestar de la población del sector pesquero, sobre todo en poblaciones excluidas.

A nivel nacional, las empresas principales del rubro pesquero según (Produce,2022), menciona que la actividad del sector pesquero experimentó un mayor decrecimiento de 55.1%, en lo que fue en noviembre de 2021. Este resultado se dio principalmente por la menor extracción de lo que es la anchoveta con rumbo al rubro de la industria harinera (-66.2%), pese a que fue suave por el importante incremento del desembarque de recursos hidrobiológicos para un consumo del mercado directo (+39,0%). Por otro lado (Cano, 2022) en el Perú su problema es que el 50% de los establecimientos están dirigidos por directivos con estudios de prueba error, sobre todo acompañada de una gestión con disposición a un corto plazo, lo que brinda como resultados peligrosos para la inversión de las organizaciones limitando así su desarrollo.

Para Marín et al. (2018) en Perú, en el sector pesquero los recursos hidrobiológicos se han agotado y la demanda de estos productos de alta calidad han aumentado. Esto se debe a la creciente demanda de restaurantes marinos, lo que facilita el etiquetado inadecuado de especies caras, escasos o fuera de temporada en cualquier punto de la cadena de suministro, desde el pescador hasta el minorista.

En el ámbito local, en la empresa Muelle y terminal pesquero zonal de Talara es una institución pública que inició sus actividades económicas un 23 de abril de 1993, en el año 2008 gracias a una cooperación con Japón y Fondepes logró realizar una infraestructura moderna, y en el año 2011 se dio la resolución ministerial 0012011 donde se otorgó estas infraestructuras, a medida de su estadía en la actualidad estas infraestructuras se siguen conservando debido a que cada año se realizan mantenimientos y mejoras para seguir obteniendo una mejor comercialización de los productos hidrobiológicos, quedando satisfechos y permitiendo así que sus productos tengan un mejor proceso y un buen comercio para brindar al mercado productos de alta calidad, de tal manera que los clientes obtienen un beneficio donde les permite tener un mejor embarque y desembarque de sus productos.

Sin embargo, el muelle y terminal pesquero zonal de Talara tiene dificultades en gestión comercial y la cadena de suministro, se observó deficiencias en la gestión del control, entrega de su producto, tiempo de la descarga, estos factores anteriores conducen a la insatisfacción de algunos clientes que no reciben sus productos a tiempo, debido a que hay demasiada producción, por lo tanto, deben esperar su turno para que puedan iniciar su descarga. De acuerdo con lo que se mencionó anteriormente, si estas dificultades continúan la empresa tendrían como consecuencias pérdidas de sus clientes debido a esas deficiencias, asimismo, se presentarían menos ingresos económicos perjudicándose como empresa.

En esta investigación se ha planteado el siguiente problema general: ¿Qué relación existe entre Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023? Y como problemas específicos: (a) ¿Cuál es la relación entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023?, (b) ¿Cuál es la relación entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023?, (C)

¿Cuál es la relación entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023?

Para Álvarez (2020) la justificación teórica; permitió comprender todos los puntos, al observar o tratar las variables estudiadas apoyándose en las teorías de diferentes autores. Además, se justificó de forma metodológica; se trabajó con herramientas como; el cuestionario y la guía de entrevista, el tipo de estudio fue aplicada de diseño no experimental de corte transversal, todo ello se empleó mediante el análisis del método científico donde nos brindó información pertinente y relevante sobre los procesos de estudios. La justificación práctica incluyó explicar los resultados de este estudio ayudando a cambiar la realidad del campo de investigación. En base a este estudio su finalidad fue determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministros obteniendo como respuesta de servicio en el muelle y terminal pesquero zonal de Talara, además, se pudo implementar y mejorar los procesos internos mediante el uso de sus productos que son de calidad para la satisfacción del cliente.

Asimismo, se definió el siguiente objetivo general: (a) Determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023, y como objetivos específicos: (b) Analizar la relación entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023; (c) Identificar la relación entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023; (d). Definir la relación entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Además, se estableció las hipótesis, en cuanto a la hipótesis general: Existe una relación significativa entre gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023, mientras las hipótesis específicas: (a) Existe una relación significativa entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023; (b) Existe una relación significativa entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023; (c) Existe una relación significativa entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Figueroa (2021) tuvo como objetivo definir las herramientas y modelos organizativos para evaluar el impacto del cambio digital en la gestión empresarial de las organizaciones en Ecuador. Por tanto, su estudio es de enfoque cualitativo, de diseño no experimental, de alcance exploratorio y descriptivo. Se determinó que la competencia, los procesos y los recursos en los supermercados inciden en la adaptación del usuario al nuevo mercado para lo cual se analizaron variables competitivas, detallando que el 43.2% creía que era importante brindar diversidad de marca, aunque también determinaron que el 38.4% y el 36.8% no le importaba el precio del producto y no prestaba demasiada atención a la campaña de marketing. Así mismo Velasco (2020), cuyo objetivo fue realizar el diagnóstico de la gestión comercial en la organización llevando a cabo un diagnóstico (FODA). En esta investigación se trabajó con el método hipotético deductivo. Asimismo, para una recopilación de información se realizó la técnica de encuesta dirigida a los colaboradores de su empresa empleando así una base de control dirigida al dueño, recaudando información detallada importante con el control de gestión comercial y su nivel de ventas de la organización. La cual, se pudo concluir que el 50% de los trabajadores menciona que en algunas ocasiones se asignan técnicas para notar la satisfacción del cliente, por otro lado, menciona que el otro 50% dice que no se aplican métodos. Determinando que su nivel de crecimiento ha sido lento debido a la falta de ausencia de una gestión comercial, que es la causa del bajo volumen que existe en sus ventas.

Sánchez y Andrade (2018), su objetivo fue estudiar el desarrollo de la cadena de suministro en las pymes que se encuentran en Ecuador para determinar la contribución a la economía del país, utilizando en este estudio se abarcaron dos tipos de métodos relacionados, análisis de la gestión que puede recopilar información para uso futuro de este estudio, el siguiente es un enfoque deductivo cualitativo. En ese entorno las pymes necesitan procesar su cadena de suministro mediante un plan semejante a las empresas amplias que concursan en el mercado. La misión de su cadena de suministro es incrementar la productividad en su competencia de las pymes que las conforman. Por lo tanto, un procedimiento de cadena de suministro permite un incremento de ventajas empezando desde la

incorporación de las zonas funcionales de las organizaciones y de su verdadera relación con las ejecuciones de proveedores y los clientes. Por lo tanto, Jiménez (2018), como objetivo fue la integración de gestión de la calidad en las cadenas de suministro, los procesos de comercio exterior y las organizaciones de fabricación de productos. Su metodología es de estudio descriptivo, de tipo cualitativo. Se concluye que, la calidad es un tema de percepción determinado por cada miembro de acuerdo con sus propias necesidades, y la gestión de la calidad en la cadena de suministro de las organizaciones de investigación se encuentra en un nivel temprano de madurez, porque el desarrollo individual aún no se ha transferido a toda la red de suministro y puede ser utilizado para fortalecer la red.

A nivel nacional, Cochachin (2022) menciona que tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión comercial y el posicionamiento de marca. Esta investigación es aplicada y de un enfoque cuantitativo con diseño no experimental con corte transversal, también cuenta con un nivel correlacional, su método hipotético es deductivo. En esta investigación su población fue un total de 100 con una muestra de 80 clientes. Así mismo, indica que el 65% expresan que el grado de Gestión comercial es alto, un 32.5% dicen que su grado es medio y el 2.5% manifiestan que su grado es muy alto. Por ello, se afirmó que la mayor parte de clientes estiman que es buena, y se expresa que existe relación positiva media dado a que la gestión comercial tiene un nivel bueno de influencia. Así mismo Correa y Fuentes (2021), su finalidad fue analizar si la gestión de calidad en el área de recepción de la empresa logística tiene relación con la cadena de suministro. Utilizando una metodología aplicada, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, descriptiva. Los resultados nos llevan a concluir que muestran una correlación entre las herramientas de gestión de la calidad y las cadenas de suministro de las empresas logísticas. Asimismo, detalla los clientes que utilizan el servicio sienten que se cumplen elementos tangibles un 51%, seguridad 69%, empatía 77%, confiabilidad 74% y capacidad de respuesta 74% y acordar su cuidado en porcentajes superiores al 50% de cada uno.

Pérez (2021) cuyo propósito fue especificar la gestión comercial en la empresa. Su metodología utilizada es de enfoque cuantitativo de diseño no experimental. La muestra se realizó a 41 trabajadores de una organización que ofrece productos de veterinario. Por otro lado, se empleó la técnica de encuesta

formado por un total de 28 ítems, el cual su objetivo fue cuantificar las dimensiones expuestas de Escudero, el cuestionario tuvo una aceptación por especialistas y su confiabilidad verificada por un Alfa de Cronbach. Donde se pudo observar que su estudio de la empresa, en su nivel de mercado da un resultado a un tanto de 61%, la cual corresponde a un promedio regular según la opinión de los trabajadores, esto quiere decir que tienen un buen manejo de mercado como empresa, por otro lado, con el 29.3% es un promedio malo según mencionan los colaboradores. Así mismo se llegó a la conclusión que la gestión comercial en su empresa es buena de un (95.1%) la cual el mercado influye significativamente dentro de la organización, tal y como lo describieron los colaboradores de esta organización.

Campos y Quirós (2021) en su tesis de indagación señala que su objetivo principal fue establecer la relación entre la Gestión Comercial y la Promoción de Ventas en los mercados de abastos de Cajamarca. Utilizando una metodología de tipo aplicada, descriptivo correlacional, diseño no experimental, de corte transversal, método hipotético deductivo, de enfoque cuantitativo. Los resultados obtenidos muestran que la gestión y promoción empresarial se relacionan positivamente con las dimensiones marketing mix, precio y comunicación, los microempresarios necesitan introducir variantes de productos utilizando estrategias de venta, ofertas y negociaciones para atraer consumidores.

Blas (2019) en su informe de investigación detalla que su objetivo principal fue determinar el contacto de la cadena de suministro y sus procesos operativos en la ciudad de Lima. La metodología de estudio fue descriptiva con diseño transversal. La información obtenida fue procesada por un software SPSS, para así tener una respuesta y realizar un análisis, concluyendo se logró puntualizar que si hay una relación en la cadena de suministros y sus procesos funcionales.

A nivel local, Dioses y Estrada (2022) en su tesis de indagación su objetivo fue desarrollar las estrategias de gestión logística para mejorar la cadena de suministro de la empresa en la ciudad de Piura. Empleando una metodología de tipo aplicada, de enfoque mixto, de diseño no experimental, obteniendo así los resultados de estudio muestra que la organización no cumplió plenamente con las expectativas en compras y devoluciones, lo que generaba confusión e insatisfacción en los clientes a la hora de vender los productos.

Ruiz (2021) nos detalla en su informe de investigación realizada en Piura – Sullana, el objetivo principal fue precisar la relación que existe entre la logística verde y su cadena de suministro. Realizando una muestra exactamente de 85 colaboradores de zona de producción. Su investigación fue mixta y cualitativa realizando la entrevista para así recaudar datos precisos sobre sus variables del estudio y cuantitativa porque se planteó una encuesta para detallar la relación que existe en las variables, en conclusión, se obtuvo que algunos de los colaboradores están conformes con el control de la demanda productivo en la empresa. Se precisó que en cuanto a logística verde tiene relación directa con su cadena de suministro. Se realizó una matriz FODA en la cual se propuso algunas estrategias con el único fin de mejorar la logística tradicional de la organización.

Tume (2020) en su tesis de estudio ejecutada en la ciudad de Piura – Paita, menciona que su objetivo fue identificar el impacto de la gestión administrativa en la gestión comercial. Utilizando una metodología de diseño no experimental transversal y de tipo correlacional causal. Los resultados obtenidos de la investigación fueron que un 50% de los trabajadores de la empresa, captan que el régimen de servicio se sitúa en un valor alto, por otro lado, un 22,2% en un valor medio alto, un 16,7% en un valor medio y un promedio del 11,1% se encuentra en un valor bajo medio. También en gestión comercial conocen que un 50% de los trabajadores es de nivel alto, 19,4% nivel medio alto, 22,2% nivel medio y finalmente un 8,3% nivel bajo medio. Se concluye que existe una relación entre las variables de gestión administrativa y comercial, así como también, se utilizó la prueba t, donde concluye que la gestión administrativa hay un impacto elocuente en la gestión comercial dentro de la organización.

Alvarado y Cruz (2019) en su informe de investigación detalla como objetivo principal resolver su relación que hay en el cambio organizacional y gestión comercial en la ciudad de Piura. Su modelo de análisis obligado a que era dirigida al acuerdo de conflictos, se realizó la investigación correlacional debido a que averigua la relación que había entre un cambio organizacional y gestión comercial. Sus técnicas de recaudación de datos fueron sus encuestas dirigidas a trabajadores del Grupo, aplicando una entrevista al dueño, así mismo una guía de observación para conocer la situación que estaba actualmente. Siendo su población los trabajadores de la misma empresa y se aplicó un censo obteniendo un resultado

de 43. Finalmente se detalló que, si hay una relación entre los ambos factores, se dispone una serie con la finalidad para obtener una responsabilidad de los trabajadores con su centro de trabajo y así se adecuen a sus cambios.

El aporte teórico acorde a la primera variable Gestión comercial, su participación teórica dice que es la actividad responsable de la investigación y comunicación en la interacción de la empresa con el mercado, así como la ubicación a disposición del cliente final de los productos y servicios proporcionados por la organización a cambio de beneficios económicos (Perdigo, 2020). Así mismo, la gestión comercial inicia líneas de negocio y resuelve los problemas. Requiere un sistema que proporcione los productos de la empresa con una base de datos confiable almacenando información generada desde el cliente. Todo esto abre nuevas oportunidades de venta para la organización y ganar nuevos clientes aumentando la producción (Tupia y Andrade 2021).

Su primera dimensión el servicio Escamilla et al. (2021) nos define que es el una acción o conjunto de actividades diseñadas para satisfacer necesidades únicas de un cliente y entregar un bien intangible. Asimismo, es un componente muy fundamental en todas las empresas, debido a que se considera como una distinción para obtener una persistencia fija en los mercados. (Izquierdo, 2021) nos detalla que el servicio conlleva la dificultad de actos que son intocables, en dicho caso analizar la suficiencia de algún servicio se complica. Pese a que un servicio no se visualiza, se siente y se distingue, en relación con eso determinar un servicio se vuelve en una actividad que cambia en cuanto la captación que mantenga cada consumidor.

Como primer indicador Rodríguez y Álvarez (2020) nos informa que la fiabilidad es comprendida como una necesidad en la magnitud de una cualidad, se logra deducir de distintas formas. Como bien sabemos una de los principales es la fórmula del alfa de Cronbach. Madrid et al. (2019) la fiabilidad es el grado en que un instrumento mide con precisión y sin error, es decir, la capacidad de ofrecer en su empleo repetidos resultados veraces y constantes en condiciones similares de mediciones.

En su segundo indicador (Sullca, 2022) define la capacidad de respuesta como una totalidad de acciones que se realizan para respaldar la vida de la comunidad comprometido a un riesgo próximo. (Carrillo, 2019) indica que tiene

capacidad de respuesta, nos ayuda a conseguir destinos de una manera rápida en regulares variaciones, son esenciales para poder desarrollarnos, resolviendo las inquietudes de todos los clientes.

En el tercer indicador, Belanche et al. (2020) define que la seguridad afecta la forma en que viven los clientes y su disposición a utilizar métodos de entrega. El análisis post-hoc sugiere que el control que se percibe es importante para los clientes debido a que necesitan percepciones para recomendarlos a otros, y así generar una confianza dentro de los posibles clientes.

En la segunda dimensión mercado Solarte et al. (2020) menciona que está conformado por los clientes posibles que transmiten una necesidad o pretensión en específico que podrían estar habilitados para tener la capacidad para realizar un cambio para satisfacer esa necesidad o deseo y adquirir clientes. El mercado es un proceso de intercambio en el que algunas personas actúan como compradores de bienes y servicios y otras actúan como vendedores (Quiroa, 2019).

En el primer indicador, identificación de oportunidades (Gamero y Ostos, 2020) define que es una tarea esencial y principal de la dinámica empresarial. Por esta razón, varios estudios buscan correlaciones entre factores individuales y resultados exitosos. También, identificar oportunidades de mercado trae ventajas para obtener nuevos productos, igualmente, servicios, procesos o mercados (Ávila, 2021).

En el segundo indicador adaptación a los cambios, Gómez et al. (2021) menciona que se enfoca desde simples variaciones técnicas, transición profunda y fundamental a la cultura organizacional. Para afrontar cualquier cambio, las organizaciones deben ser creativas e innovadoras en las formas y medios de trabajo para satisfacer la demanda. Además, se basa en una cultura organizacional sólida y fuerte lo cual genera resistencia, necesita promoción, programas de desarrollo organizacional, reducir la resistencia al cambio y demoler los antiguos convenciones brindando paso a las nuevas tecnologías que se brindan hoy en día (Pacheco, et al. 2020).

Como tercer indicador de la dimensión segunda, Cervantes, et al. (2020) nos dice que el incremento de clientes trae beneficios medibles como aumentar potencialmente el número de clientes y los beneficios financieros resultantes, aumentar la lealtad clientes, lo que aumenta su confianza y, no menos importante,

debido a las razones mencionadas anteriormente, el liderazgo en el mercado ha aumentado. Para que haya un incremento de clientes se debe proporcionar un buen servicio de calidad hacia los clientes significa permitirles gestión de relaciones, procesos de mantenimiento construir relaciones con clientes que aprovechan las ofertas medir la satisfacción del cliente para que pueda aumentar su lealtad. Esto dejará una buena impresión en la organización, crear una imagen buena de la empresa en la mente de los clientes y así ir obteniendo nuevos clientes (Juanamasta, et al. 2019).

En la tercera dimensión ventas, Valera et al. (2020) nos dice que puede ser considerado como un proceso personal o impersonal donde el vendedor tiene la intención de influir en los compradores. Ventas se define como una interacción social, técnicas de promoción que los vendedores pueden implementar generando contenido profesionalmente hacia los consumidores (Agnihotri, 2020).

Tenemos como primer indicador satisfacción del cliente (Laroussi, 2020) nos dice que esta es lograda cuando se superan las expectativas de los clientes ante el consumo de productos o servicios que les brindaron, donde se da conocimiento cómo va la productividad de tus ventas o servicios. Por otro lado, según (Lizano y Villegas, 2019), la satisfacción del cliente es el requisito básico de las organizaciones siendo un modelo teórico que crea la calidad del producto más segura y rápida.

En el segundo indicador (Mogollón y Bedoya, 2019) nos menciona que la facturación es una herramienta esencial para que los países logren transparencia, asimismo, se considera ayuda gravar a las empresas la reducción de costos operativos es básica y plana, pero con facturación comercial. Las facturas ocurren cuando a los asegurados se les cobran tarifas inesperadas, incluso cuando la atención se brinda en las salas de emergencia de su red de seguros (Long y Giladi, 2021).

En el tercer indicador reclamaciones y quejas (Suárez, 2020) comenta que son un archivo de naturaleza física o virtual a través del cual los consumidores pueden registrar sus reclamos, quejas o malestar sobre el producto o servicio proporcionado por el proveedor. La presentación de quejas y reclamos es una herramienta necesaria y esencial para corregir los malos servicios recibidos. Además de las ofertas de fidelización, atender mejor a los consumidores mediante

este espacio que las empresas brindan para seguir mejorando y darles una mejor atención a los clientes (Pérez et al, 2019).

Respecto a la segunda variable, Romero y Cerón (2021) indica que la cadena de suministros abarca la comercialización de productos ofrecidos en diversos mercados, debido a que son pilares importantes dentro de estas, el cuál son las que hacen factible la distribución de productos y vitalidad económica. Lutkevich (2021) menciona que, comprende las etapas que están directa o indirectamente relacionadas con los pedidos de los clientes, por lo que el cliente realiza un pedido hasta que se entrega el producto o servicio. El propósito de la cadena de suministro es satisfacer las necesidades del mercado con diferentes productos, se puede demostrar que es la red de empresas y medios de distribución que involucran los diversos procesos y actividades que crean valor a medida que el producto llega al usuario final.

En cuanto a la primera dimensión la planificación es la guía primordial para los negocios, además, es la organización de diversos procesos lo que nos permite hacernos más eficientes de tal manera que así nos ayuda a predecir cómo se comportará el mercado en un momento dado (Mendieta, 2019). La planificación mantiene el proceso de influir desde un producto hasta la etapa de materia prima para finalmente hacer la entrega final de los consumidores y así ser más eficaces dentro de ella (Pipps, 2023).

Referente al primer indicador, reducción de costes se refiere al proceso mediante el cual las empresas se comprometen a reducir gastos y aumentar las ganancias (Gonzales, 2022). Indica que es un enfoque que implica minimizar los costos de la cadena de suministro mediante la gestión eficaz de cada etapa del proceso de suministro. Además, cada elemento del proceso debe comprenderse antes de poder encontrar el método de aplicación más eficaz. (Blanco, 2020).

Referente al segundo indicador, gestión, es una serie de tareas realizadas que conllevan procedimientos y acciones para lograr un objetivo predeterminado dentro de cada organización (Westreicher, 2020). Se define que comprende la planificación y ejecución integrales, incluidos los procesos necesarios para gestionar los insumos de material, información y capital financiero (Fontalvo et al, 2020).

Referente al tercer indicador, el crecimiento, conlleva a obtener objetivos de organización y estrategias a perseguir para así obtener su crecimiento en los años próximos, mediante el cual se siguen pasos y procesos para determinar los plazos a seguir para un mejor manejo que ayudará a iniciar y ejecutar el escalado de manera ordenada y coherente para lograr así el desarrollo de la empresa en su crecimiento ideal (García, 2022).

En cuanto a la segunda dimensión, producción, es el proceso de desarrollar, producir u obtener productos y servicios utilizando una variedad de herramientas y métodos prácticos que pueden variar según el sistema de producción de una empresa determinada (Pérez, 2021). Se refiere a cualquier actividad económica en la que un grupo de factores de producción crea un bien/servicio mediante la obtención de un producto específico basado en materias primas específicas. Los insumos incluyen principalmente empleos, energía, materiales, materias primas, etc, mientras que los productos son bienes o servicios que pueden negociarse en un mercado (Larrama, 2021).

Respecto al primer indicador tenemos, la calidad de los productos, es el conjunto de estrategias claras y específicas para asegurar la mejora continua de un producto o servicio. Es así como su principal propósito es asegurar que estos productos o servicios cumplan con los estándares de calidad marcados por la organización. Y tratarán de eliminar los posibles defectos de fabricación en el momento oportuno (Andrada, 2019).

Respecto al segundo indicador, calidad de los procesos es el grupo de procedimientos que se encarga de ser destinados a optimizar la calidad, la producción y los servicios de la organización. Para que este proceso sea realmente positivo, se deben implementar los requisitos primordiales como las políticas y regulaciones para garantizar que se siga cada paso con plenitud, para así obtener una eficiencia y eficacia dentro de estos determinados procesos para una mejora continua dentro de la empresa (Quiroa, 2021).

Respecto al tercer indicador, control de calidad, es un sistema utilizado por las organizaciones para determinar la evaluación de calidad de los productos y servicios, permitiendo así evaluar el cumplimiento de sus especificaciones técnicas, para conllevar un mejor desarrollo. Además, hace que el proceso de producción

sea más uniforme al poder brindarle estándares y requisitos a seguir para obtener resultados óptimos (Zambelli, 2022).

En cuanto a la tercera dimensión, logística se refiere a todo el proceso de gestión de cómo se obtienen, almacenan y transportan los recursos a su destino. La logística implica identificar distribuidores, proveedores potenciales y determinar su disponibilidad para seguir con el proceso determinado (Kenton, 2022). Indica que, es la función relacionada con la planificación, implementación y gestión del flujo eficiente de servicios, información y bienes entre el punto de origen y el punto de consumo (Mujica, 2023).

Referente al primer indicador, abastecimiento de pedidos es un factor importante dentro de la empresa donde se encarga de todo lo que una organización necesita para llevar a cabo sus actividades con el fin de proporcionar a nuestros clientes nuestros productos o servicios de tal modo que así puedan desarrollar sus operaciones con éxito y sin dificultades ante los clientes que solicitan sus pedidos (Sánchez, 2021).

En cuanto al segundo indicador, preparación de pedidos es la parte operativa que se responsabiliza de acomodar los productos para envíos, asimismo, se determinan procesos que se elaboran en el almacén con el único objetivo de completar el pedido para que así pueda ser recogido por el transportista y finalmente llegue al consumidor, de tal forma que se dé de manera satisfactoria para el cliente final (Bengochea, 2022).

Referente al tercer indicador, entrega de productos esto es fundamental en lo que respecta al control sobre el producto, la trazabilidad de los productos y la extensión de la organización, para aceptar el pedido en cualquier momento. Además, abarca lo que son empeños logísticos trabajados por las organizaciones cuando el cliente realiza su compra del producto que requiere y lo gestiona para que pueda ser enviado al punto de recojo (Peralta, 2022).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

Rodríguez (2020), la investigación aplicada significa que el problema de investigación está definido y el investigador conoce el problema para usarlo para resolver el problema de investigación. Una vez logrado el resultado, también te permitirá comprender la realidad y dar solución a la situación.

Esta investigación es de enfoque mixta, Orteaga (2018) indica que, la indagación mixta es el uso de técnicas de métodos cuantitativos como cualitativos, la investigación híbrida no pretende reemplazar la investigación cuantitativa o cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de investigación, combinándolas y minimizando sus posibles debilidades. Por lo tanto, el trabajo de investigación fue mixta ya que se centró en el análisis y recopilación de los datos obtenidos.

El nivel de investigación es correlacional, Hinojosa (2022) menciona que, es un estudio en el que se miden dos variables y se entiende y evalúa la relación estadística entre ellas sin interferir con la otra de las dos variables. Por ende, la investigación es correlacional, donde se evaluó las dos variables, gestión comercial y la cadena de suministro.

3.1.2. Diseño de investigación:

El diseño de investigación es no experimental de corte transversal, según Álvarez (2020) define que, es una investigación no experimental es cualquier estudio en el que no existe posibilidad de manipular las variables por parte del que está investigando. Se dice que es de corte transversal porque se cuantifica una vez las variables en un momento único y con la información obtenida se ejecuta el análisis donde se mide las cualidades de diversos conjuntos de unidades en su momento debido. El presente trabajo fue de investigación no experimental de corte transversal ya que se observó la situación, la cual se aplicó una sola vez.

3.2. Variables y operacionalización:

Variable 1: Gestión comercial

Definición conceptual:

Es la actividad que se encarga del estudio y de las interacciones de intercambio dentro de una empresa con el mercado, así como la ubicación a disposición del cliente final de los productos y servicios que brinda la organización a cambio de un beneficio monetario (Perdigo, 2020).

Definición operacional: Para medir la variable gestión comercial se ha usado las 3 dimensiones, las cuales son: servicio, mercado y ventas y se han identificado 9 indicadores. Mediante nuestro instrumento planteado que es un cuestionario con 17 preguntas de una escala ordinal, así mismo su entrevista que fue dirigida a la administradora de la empresa.

Indicadores: como primera dimensión servicio (Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad), mercado (identificación de oportunidades, adaptación a los cambios, incremento de clientes) ventas, (satisfacción del cliente, facturación, reclamaciones y quejas).

Escala de medición: Ordinal de Likert.

Variable 2: Cadena de suministro

Definición conceptual:

Es un conjunto de actividades de planificación, suministro, producción y logística que permiten gestionar todo el flujo de materiales e información desde el primer proveedor hasta el consumidor final (Arada, 2015).

Definición operacional: Para medir la variable cadena de suministro se utilizó 3 dimensiones, las cuales son: planificación, producción y logística, las cuales se identificó 9 indicadores y como instrumento se utilizó una encuesta que consta de 13 preguntas y una entrevista dirigida a la administradora.

Indicadores: como primera dimensión planificación (reducción de costes, gestión, crecimiento), producción (calidad de los productos, calidad de los procesos, control de calidad), logística (abastecimiento de pedidos, preparación de pedidos, entrega de productos).

Escala de medición: Ordinal de Likert.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población:

La población especifica un grupo de componentes de investigación. Los que realizaron el estudio deben aclarar dichos elementos para completar la investigación a realizar si la cantidad de observación es un sujeto, la unidad de estudio primero debe caracterizarse por una ubicación denominada que sea una población disponible (Mucha, et al. 2021). En esta investigación se consideró como población a los colaboradores pertenecientes de la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, siendo un total de 75 colaboradores según la información brindada por el área de recursos humanos.

Criterios de inclusión: Se debe tener en cuenta la tercera faceta debido a que es la obligación de definir métodos de búsqueda y utilizar filtros para determinar los resultados (Arnau y Sala, 2020). En este estudio se examinó como criterios de inclusión a los trabajadores que tengan más de 1 mes de trabajo en la organización.

Criterios de exclusión: Son aquellas que corresponden a las investigaciones que no contienen datos interesantes, pese a que respondieron los factores de búsqueda o combinaciones de los mismos (Liscano, et al. 2019). Se excluyeron a los trabajadores que se encuentran de vacaciones durante el periodo de la encuesta.

3.3.2. Muestra:

La muestra es un grupo representativo de una población estadística con fines de evaluación y estudio (Salas, 2020). Por ello, este estudio se

aplicó el muestreo censal tomando como muestra de los 75 trabajadores de la empresa, dado a que es una población pequeña y manejable.

3.3.3. Unidad de análisis:

Esta investigación estuvo establecida en la unidad de muestreo, es así, que fue dirigida hacia los 75 trabajadores de la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

3.4.1. Técnica

Encuesta

La encuesta es el cual recauda reportes, y comentarios al plantear las preguntas. Su objetivo de las investigaciones es realizar hipótesis de una determinada población y muestras (Terreros, 2021). Por ende, se aplicará la encuesta donde nos permitirá obtener la acumulación de datos que fue dirigida hacia los 75 trabajadores de la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara.

Entrevista

Para Lopezosa (2020), es una herramienta eficaz lo cual lleva a cabo una investigación y función esencial para la recopilación de datos y usar en la investigación a realizar. Es una técnica caracterizada por ser un diálogo focalizado según el tipo de entrevista entre el investigador y el destinatario, cuyo objetivo siempre es claro y centrado en la solución de problemas. Para alcanzar el propósito del trabajo el investigador realiza preguntas al destinatario para que él comente y responda, de esa manera resuelva el problema. Por lo tanto, la entrevista fue dirigida a la administradora Irma Carolina Dioses Morán, con el fin de conocer el estado actual de la organización, cuáles son los errores frecuentes que presenta y que tácticas utilizan para reducir los errores.

3.4.2. Instrumentos

Cuestionario

El cuestionario es un método de recopilación de datos cuantificables que consiste en una serie de preguntas que se formulan en un orden específico (Pérez y Gardey, 2021). Por ende, la encuesta está dirigida a los 75 trabajadores de la empresa muelle y terminal pesquero, zonal de Talara.

Guía de entrevista

Según Borgobello et al. (2020), expresa que éstas incluyen interrogantes abiertas que les permiten examinar, obtener conceptos y perspectivas, desde diferentes ángulos según su criterio personal, pero al mismo tiempo, también contienen interrogantes de elección plural que nos permiten analizar más y poder examinar las respuestas obtenidas. El método que se utilizó en la guía de entrevista constató de 18 preguntas sobre las variables de investigación.

3.4.3. Validez del constructo

Según Martínez, et al. (2020), se hizo utilizando el método de análisis factorial exploratorio, con el objetivo de poder confirmar el cumplimiento de estos datos técnicos y poder seguir con el Alfa de cronbach, para determinar la confiabilidad del instrumento.

Tabla 1

Validez por juicio de expertos

Apellidos y nombres	Experiencia	Grado	Resultado
<i>Adrián Colomer Winter.</i>	<i>5 años</i>	<i>Magister</i>	<i>4</i>
<i>Bady Richard Reyes Mendoza.</i>	<i>5 años</i>	<i>Magister</i>	<i>4</i>
<i>Mercedes Renee Palacios de Briceño</i>	<i>5 años</i>	<i>Doctora</i>	<i>4</i>

3.4.4. Confiabilidad

Según Nina y Nina (2021), nos comentan que, es un método estadístico que nos va a permitir detectar la confiabilidad con la que está

sistematizado un instrumento, para encuestas con ítems que tienen escala politómica se emplea el coeficiente Alfa de Cronbach. Asimismo, en nuestro estudio se realizó la prueba con un número de 75 clientes encuestados, procediendo después a utilizar el alfa de cronbach para obtener los porcentajes de confiabilidad.

Tabla 2

Confiabilidad con el coeficiente de Alfa de Cronbach

<i>Cuestionario</i>	<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Nivel de consistencia</i>
<i>Gestión comercial</i>	76.6%	<i>Aceptable</i>
<i>Cadena de suministro</i>	75.2%	<i>Aceptable</i>

3.5. Procedimientos:

Para desarrollar el presente estudio, primero se envió una carta de presentación a la administradora para realizar este estudio en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara. Asimismo, para apoyar nuestra investigación, se preparó una entrevista con la administradora de la empresa, se coordinó la fecha y hora para la recopilación de información. Luego, se aplicó el cuestionario que va dirigidos a los trabajadores del distrito de Pariñas y la provincia de Talara, también por una previa coordinación para establecer los días en que se pueda encuestar a los clientes.

3.6. Método de análisis de datos:

El método de análisis estadístico de los datos cuantitativos de la investigación desarrollada mediante la técnica de la encuesta, el cual recolectó reportes y comentarios, se destinó el programa estadístico SPSS versión 26, ayudándonos a conseguir los datos detallados, desarrollando todo el estudio en sus respectivas tablas, procediendo a organizar los resultados que se obtuvieron, de la misma manera con este programa pudimos interpretar los resultados y analizarlos. Por otra parte, los datos cualitativos de nuestra investigación se conseguirán mediante una entrevista a la representante legal, siguiendo el orden de los objetivos planteados de la

investigación para entender el porqué de la situación actual que se encuentra la empresa Muelle y terminal pesquero zonal Talara, dando manejo a las variables de nuestro estudio.

3.7. Aspectos éticos:

En este estudio, aplicaremos los respectivos principios éticos de nuestra carrera profesional de Administración, asimismo, nos responsabilizamos a respetar la legalidad de los valores procedentes. También, se respetará la pertenencia de cada uno de los autores que hemos mencionado en nuestra investigación, de acuerdo a las normas del manual APA (7a edición) actual. De la misma manera, se guardará respeto a la investigación originada de la presente casa de estudio, conforme con la Resolución del Vicerrectorado de Investigación N°066-2023-VI-UCV.

IV. RESULTADOS

4.1. Informe de aplicación del cuestionario

En el desarrollo de este estudio cuantitativo se recopilaron los resultados de Gestión comercial en relación a la cadena de suministro, que se manejan dentro del muelle y terminal pesquero zonal Talara, las cuales se detallan a continuación desde los objetivos e hipótesis de este estudio.

4.1.1. Objetivo específico 1: Analizar la relación entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 1

Resultado descriptivo de la dimensión servicio

	EN		INDIFERENTE		DE		TOTALMENTE		Total	
	DESACUERDO				ACUERDO		DE ACUERDO			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. El servicio que brinda la empresa es fiable para sus clientes.	4	5,3%	7	9,3%	9	12,0%	55	73,3%	75	100,0%
2. La empresa cumple con lo que se ofrece a los clientes.	1	1,3%	4	5,3%	11	14,7%	59	78,7%	75	100,0%
3. Cada vez que un cliente presenta algún problema la empresa busca una respuesta inmediata.	45	60,0%	4	5,3%	9	12,0%	17	22,7%	75	100,0%
4. Se esfuerzan por resolver los problemas de sus clientes.	0	0,0%	50	66,7%	14	18,7%	11	14,7%	75	100,0%
5. La empresa se encarga de brindar seguridad a los clientes ante algún servicio.	0	0,0%	42	56,0%	18	24,0%	15	20,0%	75	100,0%

6. Se es transparente con el cliente cuando se presentan riesgos ante algún servicio solicitado.	43	57,3%	1	1,3%	18	24,0%	13	17,3%	75	100,0%
--	----	-------	---	------	----	-------	----	-------	----	--------

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Muelle y terminal pesquero.

En la tabla 1, con respecto al servicio en el muelle y terminal pesquero el 73,3% se mostró totalmente de acuerdo, puesto que los trabajadores dan como resultado un servicio fiable, por otro lado, el 78.8% estuvieron totalmente de acuerdo en función con lo que la empresa cumple mediante el servicio solicitado, un 60% indica estar en desacuerdo debido a que no obtienen respuestas inmediatas ante algún inconveniente presentado, además un 66.7% se mostró indiferente debido a que no sienten que se esfuerzan lo suficiente por resolver los problemas, para ello la empresa busca mejorar las soluciones de sus clientes en un tiempo determinado, así mismo un 56.0% calificó como indiferente a la seguridad del servicio que le proporciona la empresa, finalmente un 57.3% están en desacuerdo dado a que no sienten seguridad ante algún servicio requerido.

Ante lo expresado anteriormente, se puede analizar que la fiabilidad y la capacidad de respuesta tienen un efecto positivo en el servicio, dado que sienten que están realizando bien su labor y que están comprometidos con la organización para elevar la productividad en el muelle y terminal pesquero, por otro lado, se viene trabajando en los temas de seguridad, aunque la mayoría de los trabajadores están capacitados para brindar el servicio adecuado, sin embargo, aún existen trabajadores que les cuesta tener conocimiento de su trabajo debido a que no le toman tanta atención a las capacitaciones que se les facilita, por lo tanto, la jefa viene trabajando en ello para ofrecer un servicio de manera segura.

Hipótesis específica 1: Existe una relación significativa entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 2

Correlación entre el servicio y la cadena de suministros

		Correlaciones	
		SERVICIO	CADENA DE SUMINISTRO
SERVICIO	Correlación de Pearson	1	,887**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	75	75
CADENA DE SUMINISTRO	Correlación de Pearson	,887**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Muelle y terminal pesquero.

El análisis de correlación se observó que el grado de significancia = 0,000 < 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (Ho), lo que conduce a aceptar la hipótesis del investigador (H1) la cual significa que existe una relación positiva entre las dos variables de la investigación, el valor de 0,887, es clasificada como una relación muy alta.

4.1.2. Objetivo específico 2: Identificar la relación entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 3

Dimensión mercado

	EN		INDIFERENTE		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1. La empresa se preocupa por buscar y encontrar nuevas oportunidades para el beneficio de sus clientes.	1	1,3%	1	1,3%	56	74,7%	17	22,7%	75
2. Busca estrategias para lograr introducirse a nuevos mercados.	1	1,3%	3	4,0%	54	72,0%	17	22,7%	75	100,0%
3. La empresa invierte en herramientas tecnológicas para un mejor servicio de sus clientes.	0	0,0%	6	8,0%	56	74,7%	13	17,3%	75	100,0%
4. Se incorpora con facilidad a las nuevas situaciones de cambio que se presenta en el mercado.	4	5,3%	7	9,3%	10	13,3%	54	72,0%	75	100,0%
5. Se implementan sistemas digitales para una mejor operación en los servicios de sus clientes.	1	1,3%	4	5,3%	12	16,0%	58	77,3%	75	100,0%
6. La empresa proporciona un buen servicio para los clientes actuales.	45	60,0%	4	5,3%	10	13,3%	16	21,3%	75	100,0%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa.

En la tabla 3, con respecto al mercado en la empresa un 74.7% se mostró de acuerdo que las nuevas oportunidades son un beneficio para el muelle y terminal pesquero con la finalidad de beneficiar a sus clientes, el 72.0% están de acuerdo en plasmar las estrategias para seguir creciendo como institución; por otro lado, un 74.7% se mostró de acuerdo con respecto a las inversiones de herramientas tecnológicas para brindar un buen servicio, el 72.0% consideró estar totalmente de

acuerdo sintiéndose preparados a las nuevas situaciones de cambio que se presenten en el mercado, en los sistemas digitales se presenta un 77,3% indicando estar totalmente de acuerdo para una mejor operación en los servicios adaptándose a los cambios en la empresa; así mismo, un 60.0% se mostró en desacuerdo debido a que la organización no obtiene una actualización de clientes por lo tanto no permite incrementar nuevos clientes.

Ante lo expresado anteriormente, el muelle y terminal pesquero identifica sus oportunidades mediante las diversas estrategias logrando así un mejor desarrollo dentro de la empresa, además el servicio invierte en herramientas tecnológicas que es de gran ayuda a los colaboradores para que obtengan un mejor desempeño, y en base a los sistemas digitales la capacidad de adaptarse al cambio, es referido al método de trabajar y, lograr procesos más productivos y eficientes.

Hipótesis específica 2: Existe una relación significativa entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 4

Correlación entre el mercado y la de cadena de suministros

		Correlaciones	
		MERCADO	CADENA DE SUMINISTRO
MERCADO	Correlación de Pearson	1	,645**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	75	75
CADENA DE SUMINISTRO	Correlación de Pearson	,645**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Muelle y terminal pesquero.

El análisis de correlación se observó que el grado de significancia = 0,000 < 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (Ho), lo que conduce a aceptar la hipótesis del investigador (H1) la cual significa que existe una relación positiva entre las dos variables de la investigación, el valor de 0,645, es clasificada como una relación alta.

4.1.3. Objetivo específico 3: Definir la relación entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 5

Dimensión ventas

	EN		INDIFERENTE		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1. Mediante el servicio brindado se observa que los clientes se muestran satisfechos.	0	0,0%	50	66,7%	15	20,0%	10	13,3%	75
2. Es comprometido a superar las expectativas de los clientes.	0	0,0%	42	56,0%	18	24,0%	15	20,0%	75	100,0%
3. La facturación que ofrecen hacia los clientes es de manera eficiente y eficaz en la empresa.	43	57,3%	1	1,3%	19	25,3%	12	16,0%	75	100,0%
4. Ante quejas y reclamos de los clientes; la empresa da soluciones de forma rápida.	1	1,3%	1	1,3%	57	76,0%	16	21,3%	75	100,0%
5. Con las quejas y reclamos que se presentan ayudan a evitar incidentes.	1	1,3%	3	4,0%	54	72,0%	17	22,7%	75	100,0%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa.

En la tabla 5, en cuanto a la dimensión ventas un 66.7% se mostró indiferente dado a que los colaboradores perciben que algunos clientes se muestran satisfechos, un 56.0% de trabajadores mostrándose indiferente el cual están comprometiéndose en superar las expectativas de sus clientes; con respecto a la facturación nos muestra que un 57,3% indican que están en desacuerdo porque sienten que no son eficientes y eficaces; finalmente el 76.0% se mostró de acuerdo ya que si reciben soluciones cuando presentan sus reclamos, asimismo un 72.0% también indico estar de acuerdo con respecto a quejas y reclamos debido a que así pueden evitar incidentes en un próximo servicio.

Ante lo expresado anteriormente, la institución brinda el servicio correspondiente y desde ese punto visualiza si los clientes se encuentran satisfechos ya que el muelle y terminal pesquero a menudo utiliza una medición de satisfacción al cliente mediante encuestas para que logren detectar las áreas donde existan problemas, de modo que le permita a la empresa aplicar posibles soluciones.

Hipótesis específica 3: Existe una relación significativa entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 6

Correlación entre las ventas y la cadena de suministros

Correlaciones			
		VENTAS	CADENA DE SUMINISTRO
VENTAS	Correlación de Pearson	1	,745**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	75	75
CADENA DE SUMINISTRO	Correlación de Pearson	,745**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Muelle y terminal pesquero.

El análisis de correlación se observó que el grado de significancia = 0,000 < 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (Ho), lo que conduce a aceptar la hipótesis del investigador (H1) la cual significa que existe una relación positiva entre las dos variables de la investigación, el valor de 0,745, es clasificada como una relación alta.

4.1.4. Objetivo general: Determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 7

Percepción de la gestión comercial y la cadena de suministros

	EN				DE		TOTALMENTE		Total	
	DESACUERDO		INDIFERENTE		ACUERDO		DE ACUERDO		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
GESTIÓN COMERCIAL	41	54,7%	10	13,3%	16	21,3%	3	4,0%	75	100,0%
SERVICIO	2	2,7%	6	8,0%	10	13,3%	12	16,0%	75	100,0%
MERCADO	3	4,0%	2	2,7%	54	72,0%	15	20,0%	75	100,0%
VENTAS	2	2,7%	10	13,3%	15	20,0%	5	6,7%	75	100,0%
CADENA DE SUMINISTRO	46	61,3%	12	16,0%	9	12,0%	5	6,7%	75	100,0%
PLANIFICACIÓN	46	61,3%	9	12,0%	9	12,0%	7	9,3%	75	100,0%
PRODUCCIÓN	2	2,7%	48	64,0%	14	18,7%	9	12,0%	75	100,0%
LOGÍSTICA	3	4,0%	53	70,7%	9	12,0%	8	10,7%	75	100,0%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Muelle y terminal pesquero.

En la tabla 7, en relación a la gestión comercial se obtuvo que un 21,3% está de acuerdo, debido a que en el promedio de su dimensión servicio un 13,3 % muestra estar de acuerdo, ya que existen deficiencias en la capacidad de respuesta hacia sus clientes, así mismo en su segunda dimensión mercado hay un resultado resaltante mostrando un 72,0 % estar de acuerdo, de manera que aprovechan la identificación de oportunidades en donde la empresa se desarrolla de manera eficiente, así obteniendo un beneficio para sus comerciantes, y en sus ventas un 20 % está de acuerdo, debido a que la facturación no se da de una manera rápida, por lo cual muelle y terminal pesquero viene trabajando en ello para ofrecer un mejor servicio constantemente; así mismo, en la cadena de suministro se obtuvo el 12.0% estar de acuerdo, conforme la dimensión planificación un 12,0 % estuvo de acuerdo, en base a su reducción de costos, gestión y crecimiento dentro de la empresa, por otro lado un 18,7% estuvo de acuerdo por medio de la calidad de

productos y procesos, y en su logística un 12,0% está de acuerdo en los procesos que se vienen realizando, concluyendo que la gestión comercial es apoyada, ya que, promueve sus servicios de manera efectiva y es reconocida por los mismos clientes.

Hipótesis General: Existe una relación significativa entre gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Tabla 8

Correlación entre la gestión comercial y la cadena de suministros

		Correlaciones	
		GESTIÓN COMERCIAL	CADENA DE SUMINISTRO
GESTIÓN COMERCIAL	Correlación de Pearson	1	,922**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	75	75
CADENA DE SUMINISTRO	Correlación de Pearson	,922**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	75	75

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El análisis de correlación se observó que el grado de significancia = 0,000 < 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (Ho), lo que conduce a aceptar la hipótesis del investigador (H1) la cual significa que existe una relación positiva entre las dos variables de la investigación, el valor de 0,922, es clasificada como una relación muy alta.

4.2. Informe de aplicación de la guía de entrevista

En este estudio cualitativo se elaboró una guía de entrevista, donde la recopilación de las respuestas alcanzadas de acuerdo a la estimación de la encuestada administradora Irma Carolina Dioses Morán, permitieron evaluar la gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023; presentados de forma estructurada en base al diálogo y/o conversatorio que se han ejecutado. Se describen a continuación:

Variable 1: Gestión comercial

Los servicios que brinda el muelle y terminal pesquero son: servicios de embarque y desembarque de recursos hidrobiológicos, servicio de agua, energía eléctrica, servicio al comerciante, ingreso de cámaras, en base a ello tenemos que contar con acreditaciones para cumplir con las reglas y normas que nos proporciona produce y fondepes, somos supervisados por ellos para que todo tenga un orden adecuado y el trabajo con las tarifas que se les cobra a los clientes sean los correctos, para así dar la total confianza a nuestros clientes. Cuenta con personal que está altamente capacitado para dar conocimiento al cliente sobre el servicio que desean adquirir, ya que tenemos personal para cada área.

La empresa está buscando incrementar algún otro servicio, como tiene pensado en alquiler de implementos de trabajo como: mandiles, botas, etc. para así alquilar a los pescadores que especialmente requieran de ello, como también, un puesto de venta de herramientas de pesca como son: anzuelos, nailos, muestras, etc. dado que los pescadores compran a diario y así obtener más ingresos.

Nuestros clientes principalmente son los comerciantes que adquieren el servicio de su desembarque de productos hidrobiológicos porque mayormente necesitan recursos de pesca, para que ellos puedan comercializar sus productos de esa manera, tratamos de mejorar alcanzando con el comerciante un solo objetivo de que el producto hidrobiológico llegue

al mercado y al consumidor en un buen estado, para que el cliente pueda optar en recomendar a sus colegas nuestros servicios.

Como empresa es una prioridad cumplir con lo que prometemos, hacemos lo posible y nos esmeramos por brindar una buena atención, un servicio adecuado para que el comerciante quede complacido de alguna u otra manera y siga optando por nuestra empresa. Ante reclamaciones y quejas la institución busca solucionar los problemas, para que sepan que es lo que se requiere o necesitan, el cual, puedan mejorar como empresa y como persona.

En base a lo dicho anteriormente, la empresa genera una buena relación con sus clientes brindándoles seguridad de que obtendrán un servicio adecuado con los respectivos cuidados de sus productos hidrobiológicos, para que ellos puedan ofrecer un buen comercio y se reflejen mediante sus ventas, esto se nota dado a que su personal es correctamente capacitado y tiene buen conocimiento de sus labores, como buena consecuencia generará una imagen fiable como institución de rubro pesquero, así mismo provoca un buen impacto en los mercados, dándoles confianza a sus clientes, para que ellos sigan optando por los servicios del muelle y terminal pesquero, debido a que les ayuda a crecer como empresa.

Variable 2: Cadena de suministro

En cuanto a cadena de suministro del muelle y terminal pesquero es una institución pública, la infraestructura es del gobierno, pero es administrada a través de un convenio corporativo, es decir, mediante una ospa que significa, asociación de pescadores artesanales, se les da a ellos para que se encarguen de administrar, realicen una buena gestión y tengan un mejor interés en velar por los beneficios de los pescadores de tal manera que se trabaje un buen proceso dentro de la organización.

Además, es fiscalizada por el ministerio de producción, por ende, todos los meses ponemos los límites en la reunión donde nosotros mismos indicamos nuestras inquietudes, problemas que debemos de mejorar como empresa, por lo cual todo ello lo mencionamos al ministerio de producción para que de una u otra manera nos apoyen y nos planteen una gestión

correspondiente. Como institución buscamos la reducción de costos para obtener una mejor ganancia dentro de ella y seguir creciendo en cuanto a la productividad y rentabilidad de la empresa.

Es por ello, que buscamos un servicio de calidad, dado que es un requerimiento como parte de un servicio adecuado, nosotros como institución tenemos que cuidar al producto, debido a que estos llegan a la mesa del consumidor, por tal motivo si hay parámetros, si hay personal que se encarga de realizar ese tipo de monitoreos con esos manuales, tratamos que el producto llegue de mejor calidad a la mesa del consumidor. Y para sus procesos, brinda un servicio de manera eficiente, siempre teniendo el cuidado del producto para que no se malogre, a veces tenemos que realizar el trabajo de una manera despacio debido a que el producto ya tiene muchos días en las bodegas de las embarcaciones y debemos manejar el proceso con cuidado para cuidar el producto hidrobiológico.

De tal manera, que se maneje un mejor control en base a los manuales que se proporcionan por el ministerio de la producción, que establecen la calidad. La institución brinda un servicio que es fortuito, que tiene función las 24 horas, es por ello que siempre está al tanto de abastecimientos, es decir se le realiza los mantenimientos cada cierto tiempo para que sus herramientas, salas sigan teniendo función diariamente y el personal que tenemos están capacitados para que brinden el servicio las 24 horas del día en los 3 turnos que tenemos actualmente, de modo que el servicio tenga un proceso en un tiempo determinado y se le haga entrega de sus servicios requeridos.

En base a lo dicho anteriormente, se mantiene un flujo constante de información sobre los procesos de la organización, si se maneja correctamente, puede tener un efecto elocuente en la competitividad en la organización, logrando así tener un éxito para nuestros clientes que requieren de nuestros servicios manteniéndolos satisfechos ante la atención brindada y solicitada.

V. DISCUSIÓN

En el primer objetivo específico, respecto a analizar la relación ente servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. El servicio es una acción o conjunto de actividades diseñadas para satisfacer necesidades únicas de un cliente y entregar un bien intangible (Escamilla et al. 2021). Asimismo, el servicio conlleva la dificultad de actos que son intocables, en dicho caso analizar la suficiencia de algún servicio se complica. Pese a que un servicio no se visualiza, se siente y se distingue, en relación con eso determinar un servicio se vuelve en una actividad que cambia en cuanto la captación que mantenga cada consumidor (Izquierdo, 2021).

En concordancia a las bases teóricas, los resultados reflejaron que el 78.8% se mostró totalmente de acuerdo con respecto con lo que la empresa cumple mediante el servicio solicitado; el 73.3% calificó totalmente de acuerdo, puesto que los trabajadores dan como resultado un servicio fiable para así atraer más clientes. En vista que los resultados fueron positivos, se puede manifestar que el terminal pesquero emplea correctamente un servicio de confianza para sus clientes, el cual es factible para la institución, pues sus colaboradores realizan sus actividades de manera eficiente para mantener un buen servicio dentro de la organización.

Ante estos hallazgos, se puede expresar que es primordial mantener a los colaboradores capacitados para brindar un servicio correcto donde se refleja que los clientes son atendidos de la mejor manera posible cumpliendo con sus requerimientos. El cual, es afirmado por la administradora encargada del muelle y terminal pesquero, ya que, se emplea un servicio fiable y transparente para la plena seguridad del comerciante en cada proceso solicitado.

Estos resultados alcanzados exponen una relación con este estudio de Tume (2020) donde un 50% de los trabajadores de la empresa, captan que el régimen de servicio se sitúa en un valor alto, por otro lado, un 22,2% en un valor medio alto, un 16,7% en un valor medio y un promedio del 11,1% se encuentra en un valor bajo medio. También en gestión comercial conocen

que un 50% de los trabajadores es de nivel alto, 19,4% nivel medio alto, 22.2% nivel medio y finalmente un 8.3% nivel bajo medio. Se concluye que existe una relación entre las variables de gestión administrativa y comercial, así como también, se utilizó la prueba t, donde concluye que la gestión administrativa hay un impacto elocuente en la gestión comercial dentro de la organización.

Por ende, el factor Pearson= 0,887 y sig. =0.000, este factor estadístico muestra una correlación alta lo que permitió **ACEPTAR** la primera hipótesis específica, debido a que, el servicio tiene una relación significativa con la cadena de suministro del muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. Conforme al servicio en la empresa es un factor importante dentro de ella, dado que, como institución pueda cumplir con las necesidades del cliente y sus expectativas en cada servicio que sea solicitado y requerido, el cual ayuda a lograr una mejor relación entre el cliente y la empresa.

En el segundo objetivo específico, respecto a identificar la relación entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. Solarte et al. (2020) el mercado está conformado por los clientes posibles que transmiten una necesidad o pretensión en específico que podrían estar habilitados para tener la capacidad para realizar un cambio para satisfacer esa necesidad o deseo y adquirir clientes. El mercado es un proceso de intercambio en el que algunas personas actúan como compradores de bienes y servicios y otras actúan como vendedores (Quiroa, 2019).

En concordancia a las bases teóricas, los resultados mostraron un 77.3% estar totalmente de acuerdo en los sistemas digitales para una mejor operación en los servicios adaptándose a los cambios de la empresa, el 74.7% se mostró de acuerdo que las nuevas oportunidades son un beneficio para el muelle y terminal pesquero con la finalidad de beneficiar a sus clientes. De acuerdo a los resultados que fueron positivos dentro del mercado, se puede decir que la empresa busca adecuarse a las necesidades y condiciones que se presentan en el mercado para una mayor productividad en la institución pesquera.

Frente a estos hallazgos, se pudo entender que se evalúa el perfil de cada empleado para determinar si tienen habilidades para adaptarse al cambio, y a las nuevas tendencias que surgen en el mercado, dándoles oportunidad especialmente a los pescadores, esto es corroborado por la administradora quien nos mencionó que se da mayor beneficio a ellos, por lo que se les capacita para que se adecuen al trabajo y no se queden sin oportunidad alguna.

Estos resultados alcanzados se muestra una relación con el informe de Pérez (2021) donde se pudo observar que su estudio de la empresa, en su nivel de mercado da un resultado a un tanto de 61%, la cual corresponde a un promedio regular según la opinión de los trabajadores, esto quiere decir que tienen un buen manejo de mercado como empresa, por otro lado, con el 29.3% es un promedio malo según mencionan los colaboradores. Así mismo se llegó a la conclusión que la gestión comercial en su empresa es buena de un (95.1%) la cual el mercado influye significativamente dentro de la organización, tal y como lo describieron los colaboradores de esta organización.

Por ende, el factor Pearson= 0, 645 y sig. =0.000, este factor estadístico muestra una correlación alta lo que permitió **ACEPTAR** la segunda hipótesis específica, ya que, el mercado tiene una relación significativa con la cadena de suministro del muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. Conforme al mercado se puede determinar que la empresa establece sus estrategias para que busque introducirse en los nuevos mercados y se obtenga oportunidades para nuestros clientes, de tal manera que logren beneficiarse para el bienestar de ellos, además se incorpora a las nuevas tecnologías para un mejor procedimiento de servicios que sean requeridos dentro de la organización pesquera.

En el tercer objetivo específico, respecto a definir la relación entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. Valera et al. (2020) las ventas son consideradas como un proceso personal o impersonal donde el vendedor tiene la intención de influir en los compradores. Además, es la interacción social, técnicas de promoción

que los vendedores pueden implementar generando contenido profesionalmente hacia los consumidores (Agnihotri, 2020).

En concordancia a las bases teóricas, los resultados obtenidos por los encuestados el 66.7% se mostró indiferente dado a que los colaboradores perciben que algunos clientes se muestran satisfechos, y el 76.0% se mostró de acuerdo ya que si reciben soluciones cuando presentan sus reclamos. De tal manera, se muestra una baja cantidad de satisfacción de los clientes por medio del servicio que reciben, sin embargo, para obtener mejores resultados se viene implementando estrategias para brindar un mejor servicio y así llegar a satisfacer a todos nuestros clientes.

En cuanto estos hallazgos, mostraron que la satisfacción al cliente se da de una manera moderada, ya que, vienen trabajando en ello, brindando un servicio adecuado a todos sus clientes para alcanzar un buen grado de satisfacción en ellos. Así mismo, la administradora indica que dentro del rubro pesquero se conserva el compromiso de mantener las relaciones y ofrecer un buen servicio a los comerciantes de tal manera que se obtenga un crecimiento dentro de las ventas.

Estos resultados alcanzados indicaron cierta diferencia con este estudio de Velasco (2020) dice que un 50% de los trabajadores menciona que en algunas ocasiones se asignan técnicas para notar la satisfacción del cliente, por otro lado, menciona que el otro 50% dice que no se aplican métodos. Determinando que su nivel de crecimiento ha sido lento debido a la falta de ausencia de una gestión comercial, que es la causa del bajo volumen que existe en sus ventas.

Por ende, el factor de Pearson = 0,745 y sig. =0.000, este factor estadístico muestra una correlación alta lo que permitió ACEPTAR la tercera hipótesis específica, por lo tanto, las ventas tienen una relación significativa con la cadena de suministro del muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

De acuerdo a las ventas, comprende la satisfacción al cliente, facturación y reclamaciones y quejas, siendo una parte importante para la organización pesquera dado a que estás ayudan a tener una mejor relación con nuestros clientes y logrando con sus expectativas, en muelle y terminal

pesquero se viene mejorando una satisfacción al cliente a través de encuestas, debido a que es por ese medio que se pueden descubrir los cambios que puede realizar para mejorar nuestro servicio, asegurando así la fidelidad del cliente y, en última instancia, aumentar las ganancias que son un beneficio dentro de la empresa.

En cuanto al objetivo general determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. Perdigo (2020) la gestión comercial es la actividad responsable de la investigación y comunicación en la interacción de la empresa con el mercado, así como la ubicación a disposición del cliente final de los productos y servicios proporcionados por la organización a cambio de beneficios económicos. Así mismo, la gestión comercial inicia líneas de negocio y resuelve los problemas. Requiere un sistema que proporcione los productos de la empresa con una base de datos confiable almacenando información generada desde el cliente. Todo esto abre nuevas oportunidades de venta para la organización y ganar nuevos clientes aumentando la producción (Tupia y Andrade 2021).

En concordancia con las bases teóricas, se mostraron como resultados que el 21.3% está de acuerdo respecto a la gestión comercial, por lo cual muelle y terminal pesquero viene trabajando en ello para ofrecer un mejor servicio constantemente; así mismo, el 12.0% indicó estar de acuerdo en cuanto a la cadena de suministro, concluyendo que la gestión comercial es apoyada, ya que, promueve sus servicios de manera efectiva y es reconocida por los mismos clientes.

Frente a estos hallazgos, se puede expresar que la gestión comercial en la empresa pesquera se viene promoviendo y comercializando los servicios de una manera efectiva, dado a que se emplean buenas técnicas y estrategias necesarias para brindar el servicio que requieran y soliciten los comerciantes de tal manera que podamos lograr la satisfacción del cliente.

Estos resultados obtenidos, se muestran avalados con la investigación de Cochachin (2022) indica que el 65% expresan que el grado de Gestión comercial es alto, un 32.5% dicen que su grado es medio y el 2.5% manifiestan que su grado es muy alto. Por ello, se afirmó que la mayor

parte de clientes estiman que es buena, y se expresa que existe relación positiva media dado a que la gestión comercial tiene un nivel bueno de influencia.

Por ende, el factor Pearson= 0,922 y sig. =0.000, este factor estadístico muestra una correlación alta lo que permitió **ACEPTAR** la hipótesis general, ya que, la gestión comercial se relaciona significativamente con la cadena de suministro del muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023. Conforme a la gestión comercial es un factor esencial dentro de la institución por lo que es el proceso de compra de sus clientes, como lo es los servicios que brinda nuestra empresa para así mantenernos en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

1. En el primer objetivo específico, representado por el coeficiente de Pearson= 0,887 y sig. =0.000, muestra una correlación positiva entre servicio y la cadena de suministro, dado que se brinda un servicio fiable dentro de la organización y cumple con los estándares en cada servicio que se requiera por los clientes.
2. En el segundo objetivo específico, representado por el coeficiente de Pearson= 0,645 y sig. =0.000, mostró una correlación positiva entre mercado y la cadena de suministro, concluyendo que están significativamente relacionadas, ya que, el mercado es fundamental dentro de la cadena de suministro en toda la institución, dado a que se comercializa el servicio que brindamos para promover las ventas en la organización debido a la adaptación de las nuevas tendencias.
3. En el tercer objetivo específico, representados por el coeficiente de Pearson= 0,745 que es una categoría alta y su sig. =0,000, se mostró una correlación positiva entre ventas y la cadena de suministro, la cual se concluyó que tienen una relación significativa debido a que su bienestar es satisfacer y velar por las necesidades y expectativas de los clientes, buscando también implementar más servicios para que sus ventas tengan un mayor crecimiento en la empresa.
4. En el objetivo general, representadas por un el coeficiente de Pearson= 0,922 que es una categoría buena y su significancia=0,000, muestra una correlación positiva entre las variables gestión comercial y cadena de suministro, en la que se concluyó que estas tienen una buena intensidad en su relación, debido a que con una gestión comercial adecuada que la empresa brinde va reflejar una buena percepción y crecimiento para la empresa con sus clientes.

VII. RECOMENDACIONES

1. Como empresa debe asignar la función de gestión de quejas y reclamos a un personal idóneo para que recepcionen las quejas y reclamos para que así se brinden soluciones rápidas ante los enfoques de problemas que se presenten, de tal manera logrando satisfacer al total de clientes, y las ventas en la institución sigan fluyendo para obtener un mayor crecimiento.
2. Mejorar e implementar continuamente la tecnología en los procesos operativos con la que cuenta la empresa y cumplir con las pautas destinadas a hacer el mejor uso de la tecnología existente, para lograr un alto nivel competitivo y se adapten a las nuevas tendencias del mercado.
3. Implementar en la empresa capacitaciones de atención al cliente en un tiempo determinado a los trabajadores, para que se adapten a los nuevos procedimientos que surgen, con la supervisión del jefe de área para que este rol se pueda dar de una manera satisfactoria.
4. A la empresa difundir y poner en conocimiento de los trabajadores los flujogramas de procesos, para que se dé una correcta organización dentro de ella, de tal manera que se brinde un mejor servicio y sigan confiando en la institución para un mejor nivel de seguridad.

REFERENCIAS

- Agnihotri, R. (2020). Social media, customer engagement, and sales organizations: A research agenda. *Industrial Marketing Management*, 90, 291-299. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.017>
- Alvarado Arellano, A. A., & Cruz Chorres, J. A. (2019). *El cambio organizacional y su relación con la gestión comercial del grupo Don Carlos-Piura 2018*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo]. Alvarado_AAA-Cruz_CHJA-SD.pdf (ucv.edu.pe)
- Álvarez, A. (2020). Justificación de la investigación. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10821/Nota%20Acad%c3%a9mica%205%20%2818.04.2021%29%20-%20Justificaci%c3%b3n%20de%20la%20Investigaci%c3%b3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Álvarez-Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- Andrada, A. (2019). *Calidad del producto*. UNADE. <https://unade.edu.mx/calidad-del-producto/>
- Arada, M. (2015). *Optimización de la cadena logística*. España: Paraninfo. https://books.google.com.pe/books?id=VEC4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Arnau-Sabatés, L., & Sala Roca, J. (2020). La revisión de la literatura científica: pautas, procedimientos y criterios de calidad. https://ddd.uab.cat/pub/recdoc/2020/222109/revliltcie_a2020.pdf
- Arteaga, G. (2020). Enfoque cuantitativo: métodos, fortalezas y debilidades. *Testsiforme*. <https://www.testsiteforme.com/enfoque-cuantitativo/>
- Ávila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000100032&script=sci_arttext

- Belanche, D., Flavián, M., & Pérez-Rueda, A. (2020). Mobile apps use and WOM in the food delivery sector: the role of planned behavior, perceived security and customer lifestyle compatibility. *Sustainability*, 12(10), 4275. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/10/4275>
- Bengochea, D. (2022). Métodos para una preparación de pedidos eficiente. *Outvio*. <https://outvio.com/es/blog/preparacion-de-pedidos/#definicion-de-preparacion-de-pedidos>
- Blanco, C (2020). 7 estrategias probadas para reducir costos en la Cadena de Suministros. *Linkedin*. https://www.linkedin.com/pulse/7-estrategias-probadas-para-reducir-costos-en-la-cadena-carlos%20blanco/?_l=es_ES
- Blas Bolívar, L. M. (2019). *Cadena de suministro y su relación con los procesos operativos en la empresa Bonpan EIRL, Lima 2019*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45756/Blas_BLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Borgobello, A., Sartori, M., & Sanjurjo, L. (2020). Entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. Experiencias y expectativas de docentes universitarios de Rosario, Argentina. *Espacios en blanco. Serie indagaciones*, 30(1), 1-10. <http://www.scielo.org.ar/pdf/eb/v30n1/v30n1a03.pdf>
- Bravo, F. (2021). Canal de distribución: la guía definitiva y más completa. *Ecommercenews*. <https://www.ecommercenews.pe/ecosistema-ecommerce/2021/canal-de-distribucion.html>
- Campos, C & Quiros, E. (2021). *Gestión comercial y promoción de ventas en los cinco mercados de abastos de Cajamarca, 2020*. [Tesis de titulación, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrello]. http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1783/TESIS-CAMPOS%26QUIROS-ADM_2021%20%284%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cano Contreras, O. F. (2022). *Propuesta de una herramienta de business intelligence para mejorar la gestión comercial en una empresa de la industria*

pesquera. [Tesis de titulación, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/17737/Can_o_co.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carrillo Francia, L. A. (2019). *Cadena de suministros y capacidad de respuesta para los clientes de Decorcentro, Los Olivos 2019*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51965/Carrillo_FLA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cervantes, G., Muñoz, G., & Inda, A. D. (2020). El trabajo en equipo y su efecto en la calidad del servicio a clientes. *Revista Espacios*, 41(14), 27-37.
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p27.pdf>

Clarke-Bloomfield, M., Cisneros-Arias, Y., & Paneca-González, Y. (2018). Gestión Comercial: diagnóstico del atractivo y rentabilidad del punto de ventas. *Ciencias Holguín*, 24(4), 11-25.
<http://www.ciencias.holguin.cu/index.php/cienciasholguin/article/viewFile/1099/1178>

Cochachin, E. J. (2022). *Gestión comercial y posicionamiento de marca del Recreo Campestre Los Pinos en el contexto de COVID-19, Áncash 2021*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80931/Cochachin_VEJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Correa, S & Fuentes, W. (2021). *Gestión de la calidad y cadena de suministro del área de recepción de una empresa Logística, Callao 2021*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82714/Correa_CSI-Fuentes_GWA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dioses, P & Estrada, J. (2022). *Estrategias de gestión logística para mejorar la cadena de suministro en la empresa GP MOTO S.A.C Piura 2022*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102588/Dioses_VPV-Estrada_AJA-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Escamilla Vielma, R. D., Segovia-Romo, A., Blanco-Jiménez, M., & Mendoza-Gómez, J. (2021). LAS HABILIDADES BLANDAS Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN TIEMPOS DEL COVID-19. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 16(2). [http://www.spentamexico.org/v16-n2/A2.16\(2\)1-23.pdf](http://www.spentamexico.org/v16-n2/A2.16(2)1-23.pdf)
- Figueroa, J. (2021). *Modelos de transformación digital en la gestión comercial del sector retail (supermercados) en tiempo de pandemia en la ciudad de Babahoyo*. [Tesis de titulación, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil].
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1476/Modelos%20de%20Transformaci%C3%B3n%20Digital%20en%20la%20Gesti%C3%B3n%20Comercial%20del%20Sector%20Retail%20%28Supermercados%29%20en%20tiempo%20de%20Pandemia%20en%20la%20Ciudad%20de%20Babahoyo..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Mendoza, A. (2019). Los Procesos Logísticos y La Administración de la Cadena de Suministro. *Saber, ciencia y libertad*, 14(2), 102-112.
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/5880/5458>
- Gamero, H., & Ostos, J. (2020). Revisión sistemática de literatura sobre factores clave en la identificación de oportunidades de negocio. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 307-327.
<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v10n20/1390-6291-Retos-10-20-00307.pdf>
- García, A (2022). Cómo elaborar un plan de crecimiento para tu negocio.
<https://www.anfix.com/blog/como-elaborar-plan-crecimiento>
- Gómez, H. E. G., Quintanilla, L. A. H., Zanelly, G. A. L., & Osóres, J. J. V. (2021). Gestión del cambio en organizaciones educativas pospandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 178-191.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29066223012/29066223012.pdf>
- Gonzales, E. (2022). Reducción de costos de una empresa. *Cimatic*
<https://cimatic.com.mx/blog/reduccion->

- Larrama, A. (2021). Definición de Producción. *Enciclopedia*.
<https://enciclopedia.net/produccion/>
- Laroussi, A. A. (2020). Análisis de la relación entre la comunicación integrada de marketing y la satisfacción del cliente. El caso Mcdonald's. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (2), 32-52.
<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/5839/5344>
- Lizano Flores, E., & Villegas Huamani, A. R. (2019). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad*. [Tesis de titulación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/628122>
- Lizcano-Dallos, A. R., Barbosa-Chacón, J. W., & Villamizar-Escobar, J. D. (2019). Aprendizaje colaborativo con apoyo en TIC: concepto, metodología y recursos. Magis. *Revista Internacional de Investigación en Educación*, 12(24), 5-24.
<https://www.redalyc.org/journal/2810/281060624002/281060624002.pdf>
- Long, C., Cho, B. H., & Giladi, A. M. (2021). Understanding surprise out-of-network billing in hand and upper extremity care. *The Journal of Hand Surgery*, 46(3), 236-240.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363502320306766>
- Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz. Lopezosa C, Díaz-Noci J, Codina L, editores *Methodos Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social*, 1. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; 2020. p. 88-97.
https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/44605/Lopezosa_Methodos_08.pdf?sequ
- Lutkevich, B (2021). What is a supply chain?. *WhatIs.com*
<https://www.techtarget.com/whatis/definition/supply-chain>
- Madrid, M. G. D. P. G., Hernández, I.S., Canizares, A. C., Pérez, A. M, Jurado, M. A. G., & Montesinos, J. V. B. (2019) Fiabilidad de una escala para la evaluación de competencias enfermeras: estudio de concordancia.

- Martínez-Corona, J. I., Palacios-Almón, G. E., & Juárez-Hernández, L. G. (2020). Análisis de validez de constructo del instrumento: "Enfoque Directivo en la Gestión para Resultados en la Sociedad del Conocimiento". *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(19), 153-165. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v10n19/1390-6291-Retos-10-19-00153.pdf>
- Marín, A, Serna, J, Robles, C, Ramírez, C, Reyes, L, Zelada, E, Sotil, G & Alfaro, R. (2018) A glimpse into the genetic diversity of the Peruvian seafood sector: Unveiling species substitution, mislabeling and trade of threatened species. *PloS One*, 13(11). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206596>
- Mendieta, Y. (2019). Planificación de la Cadena de Suministro. *Linkedin*. <https://www.linkedin.com/pulse/planificaci%C3%B3n-de-la-cadena-suministro-yarisa-mendieta/?originalSubdomain=es>
- Mogollón, L. C., & Bedoya López, E. (2019). Incidencia de la facturación electrónica en la reducción de la evasión fiscal. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/3714/Mogollon%20Luis%20Carlos%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mucha-Hospinal, L. F., Chamorro-Mejía, R., Oseda-Lazo, M. E., & Alania-Contreras, R. D. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafíos*, 12(1), e253-e253. <http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/253e>
- Mujica, A. (2023). Guía sobre la importancia de la gestión logística (2023). <https://blog.driv.in/es/importancia-logistica/>
- Nina-Cuchillo, J., & Nina Cuchillo, E. E. (2021). Análisis de Confiabilidad: Cálculo del Coeficiente Alfa de Cronbach usando el software SPSS. *ACADEMIA accelerating the worlds research*. https://www.academia.edu/49017740/AN%C3%81LISIS_DE_CONFIABILID

AD_C%C3%81LCULO_DEL_COEFICIENTE_ALFA_DE_CRONBACH_US
ANDO_EL_SOFTWARE_SPSS

- Ortega, A. O. (2018). Enfoques de investigación. https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf
- Pacheco-Ruíz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., & Hernández-Palma, H. G. (2020). Desarrollo integral de procesos de adaptación al cambio en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(5), 89-100. <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n5/0718-0764-infotec-31-05-89.pdf>
- Pérez Chumbes, A. M. (2021). *Gestión comercial en una empresa comercializadora de productos veterinarios de Trujillo, 2021*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93332/Perez_CAM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, M. (2021). Producción. <https://conceptodefinicion.de/produccion/>
- Pérez, J & Gardey, A. (2021). Cuestionario. *Definición.DE*. <https://definicion.de/cuestionario/>
- Pérez-Ordás, R., Aznar Cebamanos, M., Nuviala, R., & Nuviala, A. (2019) Evaluation of extracurricular sports activities as an educational element for sustainable development in educational institutions. *Sustainability*, 11(12), 3474. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/12/3474>
- Peralta, F. (2022). La entrega de pedidos y su logística (2022). <https://blog.driv.in/es/entrega-de-pedidos-logistica/>
- Piedra, J. A. M., & Manqueros, J. M. C. (2021). El muestreo y su relación con el diseño metodológico de la investigación. <http://upd.edu.mx/Piloto/PDF/Libros/Nodales.pdf#page=82>
- Phipps, S (2023). Supply Planning: 5 Strategies To Build a More Dependable Operation. *Slimstock*. <https://www.slimstock.com/blog/supply-planning/>

- Produce (2022). Estadística pesquera. <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oe/estadistica-pesquera>.
- Quiñones, D. R. Q., González, R. I. R., & Fuentes, P. R. A. (2022). Gestión pesquera y la agenda ODS 2030: Objetivos de desarrollo común en México. *Ciencia y Mar*, 26(77), 25-33. https://www.researchgate.net/profile/R-Rojas-Gonzalez/publication/360427367_Gestion_pesquera_y_la_agenda_ODS_2030_Objeticos_de_desarrollo_comun_en_Mexico/links/62758032b1ad9f66c8a74020/Gestion-pesquera-y-la-agenda-ODS-2030-Objeticos-de-desarrollo-comun-en-Mexico.pdf.
- Quiroa, M. (2019). Mercado: <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Quiroa, M. (2021). Proceso de calidad. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-calidad.html>
- Rodríguez, D. (2020) Investigación aplicada: características, definición, ejemplos. *Lifeder*. <https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>
- Rodríguez-Rodríguez, J., & Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 13(2), 1-13. <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/reire2020.13.230048/31484>.
- Romero, J & Cedrón, O. (2021). Supply chain in food wholesale trade: strategic factors from a fisheries sector perspective. *Digital Publisher*. <file:///C:/Users/peric/Downloads/Dialnet-CadenaDeSuministrosEnElComercioAlPorMayorDeAliment-8149629.pdf>
- Roldán, P. (2020). Cadena de suministro. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-suministro.html>
- Ruiz Gonzaga, M. Y. (2021). *Logística verde y la cadena de suministro de la Cooperativa Agraria de Productores Peruanos Orgánicos, Salitral, Sullana 2021*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67979/Ruiz_GMY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salas, D (2020). Selección de la muestra en la investigación cuantitativa. *Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/seleccion-de-la-muestra-en-la-investigacion-cuantitativa/>

Sánchez Escobar, G. E., & Andrade Moreno, M. A. (2018). *Análisis de la Gestión de la Cadena de Suministro en las PYMES en el Ecuador*. [Tesis de titulación, Universidad Estatal de Milagro]. <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4129/1/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20GESTI%C3%93N%20DE%20LA%20CADENA%20E%20SUMINISTRO%20EN%20LAS%20PYMES%20EN%20ECUADOR.pdf>

Sánchez, J. (2021). Abastecimiento. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/abastecimiento.html>

Solarte Solarte, C. M., Solarte Solarte, M. L., & Barahona Vinasco, J. F. (2020). Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado de empresas familiares de Pasto (Colombia). *Contaduría y administración*, 65(1). <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v65n1/0186-1042-cya-65-01-e149.pdf>

Suárez, P. Á. (2020). Alternativas para la implementación del Libro de Reclamaciones en los establecimientos comerciales abiertos al público sin recurrir al procedimiento administrativo sancionador (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú). <https://www.proquest.com/openview/908500485d0d4112187964655136512d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=51922&diss=y>

Sullca León, M. (2022). Diseño Organizacional y la Capacidad de Respuesta en el Centro de Operaciones de Emergencia Regional Huancavelica, Año 2019. [Tesis de titulación, Universidad Peruana los Andes]. https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/4143/T037_48137383_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Terreros, D. (2021). Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>.
- Tume, R. (2020). *La gestión administrativa y su influencia en la gestión comercial de la empresa Produmar S.A.C. de Paita, 2019*. [Tesis de titulación, Universidad César Vallejo] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59380/Tume_CRI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tupia-Astoray, A., & Andrade-Arenas, L. (2021). Implementation of an e-Commerce System for the Automation and Improvement of Commercial Management at a Business Level. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 12(1). <https://thesai.org/Publications/ViewPaper?Volume=12&Issue=1&Code=IJACSA&SerialNo=77>
- Valera Vela, M., Shermuly Lopez, C. R., & Perez Galan, Y. E. (2020). *Estrategias de promoción y el incremento de ventas en la empresa servicios y abastecimientos Princesa SAC-Pucallpa, 2018*. [Tesis de titulación, Universidad Nacional de Ucayali]. http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4221/UNU_ADMINISTRACION_2020_T_MILAGRITOS-VALERA-VELA_ET-AL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Velasco Noble, J.A. (2020). *La Gestión comercial y el volumen de ventas en la empresa al-vid de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo periodo 2019-2020*. [Tesis de titulación, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7038/1/Jhayl%20Velasco%20tesis%20final%20-ING-COM.pdf>.
- Westreicher, G. (2020). Gestión. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/gestion.html>
- Zambelli, R. (2022). Qué es el control de calidad y para qué sirve en una empresa. https://blog-es.checklistfacil.com/control-de-calidad/#%C2%BFQue_es_el_control_de_calidad

ANEXOS

Anexo 1

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.

Investigadores: Ayala Panta Leyter Wilfredo.

Periche Baca Loana Lizeth.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.", cuyo objetivo es determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Piura, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución, Muelle y terminal pesquero zonal Talara.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información para saber cuál es la relación entre gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Procedimiento

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en modalidad presencial, Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los investigadores Ayala Panta Leyter Wilfredo, Periche Baca Loana Lizeth email leyterayala@ucvvirtual.edu.pe, loanabaca@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor [Susuy Chambergo Ericka Julissa, Gómez Zuñiga Cecilia Paula Luisa]

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

Anexo 2



Anexo 2.

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización: Muelle y terminal pesquero zonal Talara	RUC: 20357098191
Nombre del Titular o Representante legal: Irma Carolina Dioses Morán	
Nombres y Apellidos: Irma Carolina Dioses Morán	DNI: 00250652

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) (), autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autores: Ayala Panta Leyter Wilfredo. Periche Baca Loana Lizeth	DNI: 75589405 73521858

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

TALARA 13/06/23


Ing. Pesca Irma C. Dioses Morán
(e) ADMINISTRACIÓN
Muelle y Terminal Pesquero
ZONAL TALARA
Firma y sello: _____
(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal "c" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.



Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la Escuela de Administración

Título del proyecto de Investigación: Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.

Autor(es): Ayala Panta Leyter Wilfredo

Especialidad del autor principal del proyecto: Administración.

Programa: Administración

Otro(s) autor(es) del proyecto: Periche Baca Loana Lizeth.

Lugar de desarrollo del proyecto: Piura - Perú

Código de revisión del proyecto: 2023 1 _PREGRADO _PI _PIU _C2_06

Correo electrónico del autor de correspondencia/docente asesor: esusysuc@ucvvirtual.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.	X		
2	Menciona el tamaño de la población / participantes, criterios de inclusión y exclusión, muestra y unidad de análisis, si corresponde.	X		
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.	X		
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.	X		
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.	X		
II. Criterios éticos				
6	Evidencia la aceptación de la institución a desarrollar la investigación, si corresponde.			X
7	Incluye la carta de consentimiento (Anexo 3) y/o asentimiento informado (Anexo 4) establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV), si corresponde.	X		
8	Las citas y referencias van acorde a las normas de redacción científica.	X		
9	La ejecución del proyecto cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética en Investigación vigente en especial en su Capítulo III Normas Éticas para el desarrollo de la Investigación.	X		

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de la evaluación.

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bordaes Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Anexo 4

Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la EP Administración

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la facultad de ciencias empresariales , deja constancia que el proyecto de investigación titulado “Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023”, presentado por los autores Ayala Panta Leyter Wilfredo y Periche Baca Loana Lizeth , ha pasado una revisión expedita por Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya, Dr. Miguel Bardales Cárdenas, Dr. José German Linares Cazola, Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón, Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón, y de acuerdo a la comunicación remitida el 09 de julio de 2023 por correo electrónico se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen:

(X)favorable () observado () desfavorable.

Lima, 14 de julio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Presidente	44326351	
Dr. Miguel Bardales Cárdenas	Vicepresidente	08437636	
Dr. José German Linares Cazola	Miembro 1	31674876	
Mg. Diana Lucila Huamaní Cajaleón	Miembro 2	43648948	
Mg. Edgard Francisco Cervantes Ramón	Miembro 3	06614765	

Activ.
Ve a Cc

C/c

- Sr. Ayala Panta Leyter Wilfredo / Periche Baca Loana Lizeth, investigadores principales.

¹ El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.

Anexo 5: Tabla de operacionalización de variables

Tabla. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
V1: GESTIÓN COMERCIAL	Perdigo (2020) indica que gestión comercial es la actividad que se encarga del estudio y de las interacciones de intercambio dentro de una empresa con el mercado, así como la ubicación a disposición del cliente final de los productos y servicios que brinda la organización a cambio de un beneficio monetario.	Para medir la variable Gestión comercial se ha utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 9 indicadores y como instrumento se utilizará el cuestionario el cual está constituido por 17 preguntas y se les aplicará a los 75 colaboradores y una guía de entrevista a la administradora de la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara.	Servicio	Fiabilidad	Ordinal
				Capacidad de respuesta	
			Mercado	Seguridad	Ordinal
				Identificación de oportunidades	
				Adaptación a los cambios	
			Ventas	Incremento de clientes	Ordinal
Satisfacción del cliente					
	Facturación				

**V2:
CADENA DE
SUMINISTRO**

Arada (2015) menciona que la cadena de suministro es un conjunto de actividades de planificación, suministro, producción y logística que permiten gestionar todo el flujo de materiales e información desde el primer proveedor hasta el consumidor final.

Para medir la variable cadena de suministro se ha utilizado 3 dimensiones, de las cuales se han identificado 9 indicadores y como instrumento se utilizará una encuesta el cual está constituido por 13 preguntas y se les aplicará a los 75 colaboradores y una guía de entrevista al administrador de la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara.

Planificación

Producción

Reclamaciones y
quejas

Reducción de
costes
Gestión
Crecimiento

Calidad de los
productos
Calidad de los
procesos

Control de calidad

Ordinal

Ordinal

	Abastecimiento de pedidos	
Logística	Preparación de pedidos	Ordinal
	Entrega de productos	

Anexo 6: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

GUIA DE PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Fecha: 10/ 10 / 2023

Nombre del entrevistado: Irma Carolina Dioses Morán

Entidad: Muelle y terminal pesquero zonal Talara

De forma voluntaria; Sí (X) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara,2023. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviarla al correo: _____@ucvvirtual.edu.pe

VARIABLE 1: Gestión comercial

FIABILIDAD

¿El servicio que brinda la empresa, cumple con los requerimientos establecidos para darles una mejor confianza a sus clientes? Explique.

Somos una empresa que se autofinancia, los servicios que brindamos son: servicios de embarqué y desembarque de recursos hidrobiológicos, servicio de agua, energía eléctrica, servicio al comerciante, ingreso de cámaras, en base a ello tenemos que contar con acreditaciones para cumplir con las reglas y normas que nos proporciona produce y fondepes, somos supervisados por ellos para que todo tenga un orden correcto y el trabajo con las tarifas que se les cobra a los clientes sean los correctos, para así dar la total confianza a nuestros clientes.

CAPACIDAD DE RESPUESTA

¿Cómo administradora encargada proporciona respuestas inmediatas ante algún inconveniente que presente el cliente?

Sí, estamos para servir, dando respuestas inmediatas para los clientes ante algún

inconveniente o duda que ellos puedan tener, dar sugerencias también en caso se requiera, tratamos de atender a todos los clientes en un tiempo rápido para evitar conflictos con ellos y no disgustarlos.

SEGURIDAD

¿El personal está capacitado para brindar la seguridad correcta a sus clientes ante alguna información solicitada sobre el servicio?

Como empresa el personal está altamente capacitado para dar conocimiento al cliente sobre el servicio que desean adquirir, tenemos personal para cada área, en lo que es servicios de bombas para informar la presión adecuada que tiene cada una de ellas. Para el correcto estacionamiento de cámaras térmicas en un buen lugar para que genere un buen almacén de sus productos hidrobiológicos. Personal sobre alquileres de herramientas pesadas como tecles entre otros, en conclusión, nuestro personal tiene conocimiento sobre su labor para brindar información correcta y un servicio correcto.

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

¿La empresa busca mejorar los servicios para obtener una mejor productividad?

La empresa está buscando incrementar algún otro tipo de servicio, como tenemos pensado en alquiler de implementos de trabajo como son mandiles, botas, para así alquilar a la gente que mayormente requiera de ello, también en posicionar un puesto de venta de herramientas de pesca como son los anzuelos, nailos muestras, cosas que pescadores compran a diario y así tener más ingresos, y si en caso es de mejorar algún servicio de los que brindamos pues buscamos la fuente de problema para así solucionarlos y mejorar.

ADAPTACIÓN A LOS CAMBIOS

¿El personal se adapta a los cambios cuando se implementa nuevas herramientas tecnológicas o se les dificulta?

El personal es variado y a veces es complicado para ellos debido a que son personas pescadoras que no han terminado sus estudios y se les dificulta dado a

que no saben leer y manejar las tecnologías, pero nosotros como empresa hacemos el esfuerzo por enseñarles, capacitarlos para que aprendan, así ellos no se queden sin su oportunidad de trabajo y aprendan cosas nuevas para eso estamos para buscar soluciones.

INCREMENTOS DE CLIENTES

¿Establecen alianzas estratégicas para que incrementen sus clientes? ¿De qué manera?

Nuestros clientes especialmente son los comerciantes que adquieren el servicio de su desembarque de productos hidrobiológicos porque mayormente necesitan recursos de pesca para que ellos puedan comercializar sus productos de esa manera tratamos de mejorar, alcanzando con el comerciante un solo objetivo de que el producto hidrobiológico llegue al mercado y al consumidor en un buen estado, para que el cliente pueda optar en recomendar a sus colegas nuestros servicios, si no tuviéramos alguna alianza estratégica es muy difícil que tengamos nuevos clientes.

SATISFACCIÓN AL CLIENTE

¿Cómo empresa se encarga de cumplir con las expectativas que el cliente espera de ustedes?

Sí, es nuestra prioridad cumplir con lo que prometemos, hacemos lo posible y nos esmeramos por brindar una buena atención, un buen servicio para que el cliente quede satisfecho de alguna u otra manera y siga optando por nuestra empresa.

FACTURACIÓN

¿Cuál es el proceso de la facturación en su empresa y que beneficios tienen sus clientes?

Nosotros tenemos la facturación que nos permite como empresa pública, llevar un orden de nuestros egresos que obtenemos a lo largo del año, el beneficio que

obtiene el cliente es que recibe un comprobante donde se respalda ante algún inconveniente y demostrar la cantidad determinada o el servicio la cual requirió.

RECLAMACIONES Y QUEJAS

¿En qué le ayuda a la empresa las reclamaciones y quejas que se dan por parte de sus clientes?

Nos ayuda a mejorar, nos ayuda a ver en qué estamos fallando de qué manera nosotros podemos solucionar para que no vuelvan a ocurrir problemas, también nos ayuda a involucrarnos en las quejas para saber qué es lo que ellos necesitan o requieren. Si hay alguna queja o reclamo tratamos de ver cuáles son para poder mejorar nosotros mismos como institución y también como persona.

VARIABLE 2: CADENA DE SUMINISTRO

REDUCCIÓN DE COSTES

¿Al reducir sus costos podría incrementar sus ganancias dentro de la empresa?

Claro que sí, si tenemos una reducción de costo vamos a tener una mejor ganancia, por lo cual para nuestra empresa es un poco difícil reducir los costos debido a que somos una empresa de producción y debemos realizar mantenimiento a nuestra infraestructura las áreas donde se trabaja, el mantenimiento de bombas, limpieza de pozos para una buena salubridad, entonces como la empresa labora las 24 horas del día debemos tener esos gastos obligadamente para que pueda haber un correcto desarrollo de servicio, pero si es que hubiera alguna forma para poder reducir mis costos claro que tendría más ganancias.

GESTIÓN

¿Existe una buena gestión para un mejor proceso dentro de la organización?

Bueno como les comenté la empresa es una institución pública, la infraestructura es del gobierno, pero es administrada a través de un convenio corporativo, es decir, mediante una ospa que significa, asociación de pescadores artesanales se les da

a ellos para que ellos se encarguen de administrarla realicen una buena gestión y tengan un mejor interés en velar por los beneficios de los pescadores de tal manera que se trabaje un buen proceso dentro de la organización.

CRECIMIENTO

¿Dentro de la empresa se plantean metas establecidas que puedan contribuir al crecimiento en el mercado?

Claro que sí, nuestra empresa, también es fiscalizada por el ministerio de producción, por ende, todos los meses ponemos los límites en la reunión donde nosotros mismos indicamos nuestras inquietudes, problemas que debemos de mejorar como empresa, por lo cual todo ello lo mencionamos al ministerio de producción para que de una u otra manera nos apoyen y nos planteen una gestión correspondiente.

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

¿La empresa brinda servicios de calidad para sus clientes?

Como empresa, la calidad es un requerimiento como parte de un servicio adecuado, nosotros como institución tenemos que cuidar al producto, debido a que estos llegan a la mesa del consumidor, por tal motivo si hay parámetros, si hay personal que se encarga de realizar ese tipo de monitoreos con esos manuales, tratamos que el producto llegue de mejor calidad a la mesa del consumidor.

CALIDAD DE LOS PROCESOS

¿El proceso de los servicios se dan de manera eficiente en los productos que la empresa brinda?

La empresa brinda un servicio de manera eficiente siempre teniendo el cuidado del producto para que no se malogre, a veces tenemos que realizar el trabajo de una manera despacio debido a que el producto ya tiene muchos días en las bodegas de las embarcaciones y debemos manejar el proceso con cuidado para cuidar el producto hidrobiológico.

CONTROL DE CALIDAD

¿La empresa brinda condiciones establecidas donde brinde un mejor control de servicio?

Tenemos manuales que nos proporcionó el ministerio de la producción, que establecen la calidad, viendo su tamaño y peso y las condiciones para trabajar la especie y así brindar un buen servicio.

ABASTECIMIENTO DE PEDIDOS

¿La empresa dispone de un abastecimiento de pedidos para cumplir con el servicio requerido?

La institución brinda un servicio que es fortuito, que tiene función las 24 horas, es por ello que siempre está al tanto de abastecimientos, es decir se le realiza los mantenimientos cada cierto tiempo para que sus herramientas, salas sigan teniendo función diariamente.

PREPARACIÓN DE PEDIDOS

¿El personal está capacitado para la selección y preparación de pedidos para una mejor organización en ella?

El personal que tenemos en el muelle y terminal pesquero, están capacitados las 24 horas del día en los 3 turnos que tenemos actualmente, tienen un rol que cumplir, manejan máquinas y tienen una correcta organización.

ENTREGA DE PRODUCTOS

¿La empresa realiza la entrega de sus pedidos en el tiempo establecido a sus clientes?

Si en el servicio se realiza un proceso en un tiempo determinado, van a sala pasan por un área de pesaje, existe una asociación y ellos hacen todo el trabajo para la empresa, para que se haga entrega en el tiempo determinado que se le indico al cliente.

ENCUESTA A LOS TRABAJADORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

N° _____

ENCUESTA A LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo establecer la relación entre las variables Gestión comercial y la cadena de suministros, Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo:

loanabaca@ucvvirtual.edu.pe

Escala de medición consta:

Totalmente en desacuerdo (5) - En desacuerdo (4) - Indiferente (3) - De acuerdo (2)

Totalmente de acuerdo (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: GESTIÓN COMERCIAL

DIMENSIÓN: SERVICIO		5	4	3	2	1
1	El servicio que brinda la empresa es fiable para sus clientes.					
2	La empresa cumple con lo que se ofrece a los clientes.					
3	Cada vez que un cliente presenta algún problema la empresa busca una respuesta inmediata.					
4	Se esfuerzan por resolver los problemas de sus clientes.					
5	La empresa se encarga de brindar seguridad a los clientes ante algún servicio.					

6	Se es transparente con el cliente cuando se presentan riesgos ante algún servicio solicitado.					
DIMENSIÓN: MERCADO		5	4	3	2	1
7	La empresa se preocupa por buscar y encontrar nuevas oportunidades para el beneficio de sus clientes.					
8	Busca estrategias para lograr introducirse a nuevos mercados.					
9	La empresa invierte en herramientas tecnológicas para un mejor servicio de sus clientes.					
10	Se incorpora con facilidad a las nuevas situaciones de cambio que se presenta en el mercado.					
11	Se implementan sistemas digitales para una mejor operación en los servicios de sus clientes.					
12	La empresa proporciona un buen servicio para los clientes actuales.					
DIMENSIÓN: VENTAS		5	4	3	2	1
13	Mediante el servicio brindado se observa que los clientes se muestran satisfechos.					
14	Es comprometido a superar las expectativas de los clientes.					
15	La facturación que ofrecen hacia los clientes es de manera eficiente y eficaz en la empresa.					
16	Ante quejas y reclamos de los clientes; la empresa da soluciones de forma rápida					
17	Con las quejas y reclamos que se presentan ayudan a evitar incidentes					
VARIABLE: CADENA DE SUMINISTRO						
DIMENSIÓN: PLANIFICACIÓN		5	4	3	2	1
18	Existe preocupación de reducir los costos a lo largo de la cadena de suministro					
19	Se minimizan costos a través de una buena planificación de la empresa.					
20	La empresa realiza una buena gestión dentro de la cadena de suministro					
21	Se emplean estrategias para lograr el crecimiento dentro de la empresa					
22	Se utilizan los objetivos de la empresa para un mejor desarrollo de crecimiento					
DIMENSIÓN: PRODUCCIÓN		5	4	3	2	1
23	La cadena de servicios se da de manera eficiente en la empresa.					

24	La empresa emplea estrategias para lograr la eficiencia en los servicios que brinda.					
25	La calidad de los procesos está sistematizada tal que garantice el resultado de los servicios.					
26	Los procesos de control de calidad se dan de manera adecuada					
DIMENSIÓN: LOGÍSTICA		5	4	3	2	1
27	La empresa se abastece con la cantidad adecuada de herramientas para brindar el servicio idóneo.					
28	Se hace un eficiente control para ofrecer el servicio adecuado.					
29	La planificación de servicios se da de manera eficaz y adecuada.					
30	Ante algún servicio solicitado el cliente se le entrega sus pedidos de manera apropiada.					

Anexo 7: Juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario aplicado a clientes del Muelle y terminal pesquero zonal Talara. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Adrián Colomer Winter
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Leyter Wilfredo Ayala Panta Loana Lizeth Periche Baca
Procedencia:	Elaboración propia
Administración:	Presencial
Tiempo de aplicación:	10 - 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Talara
Significación:	Escala que se emplea es de Likert; TOTALMENTE EN DESACUERDO – EN DESACUERDO – INDIFERENTE – DE ACUERDO – TOTALMENTE DE ACUERDO

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Gestión comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio - Mercado - Ventas 	Gestión comercial es la actividad que se encarga del estudio y de las interacciones de intercambio dentro de una empresa con el mercado, así como la ubicación a disposición del cliente final de los productos y servicios que brinda la organización a cambio de un beneficio monetario (Perdigo, 2020).
Cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación - Producción - Logística 	La cadena de suministro es un conjunto de actividades de planificación, suministro, producción y logística que permiten gestionar todo el flujo de materiales e información desde el primer proveedor hasta el consumidor final (Arada, 2015).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes del muelle y terminal pesquero, de Talara, elaborado por Ayala Panta Leyter Wilfredo, Periche Baca Loana Lizeth en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.

	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
--	---------------	---

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable: Gestión comercial

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Servicio

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Fiabilidad	El servicio que brinda la empresa es fiable para sus clientes.	4	4	4	
	La empresa cumple con lo que se ofrece a los clientes.	4	4	4	
Capacidad de respuesta	Cada vez que un cliente presenta algún problema la empresa busca una respuesta inmediata.	4	4	4	
	Se esfuerzan por resolver los problemas de sus clientes.	4	4	4	
Seguridad	La empresa se encarga de brindar seguridad a los clientes ante algún pedido.	4	4	4	
	Se es transparente con el cliente cuando se presentan riesgos ante algún pedido.	4	4	4	



- Segunda dimensión: Mercado

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identificación de oportunidades	La empresa se preocupa por buscar y encontrar nuevas oportunidades para el beneficio de sus clientes.	4	4	4	
	Busca estrategias para lograr introducirse a nuevos mercados.	4	4	4	
Adaptación a los cambios	La empresa invierte en herramientas tecnológicas para un mejor servicio de sus clientes	4	4	4	
	Se incorpora con facilidad a las nuevas situaciones de cambio que se presenta en el mercado.	4	4	4	
	Se implementan sistemas digitales para una mejor operación en los servicios de sus clientes	4	4	4	
Incrementos de clientes	La empresa proporciona un buen servicio para los clientes actuales	4	4	4	

- Tercera dimensión: Ventas

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción del cliente	Mediante el servicio brindado observan que los clientes se muestran satisfechos.	4	4	4	
	Es comprometido a superar las expectativas de los clientes	4	4	4	
Facturación	La facturación que ofrecen hacia los clientes es de manera eficiente y eficaz en la empresa.	4	4	4	
Reclamaciones y quejas	Ante quejas y reclamos de los clientes; la empresa da soluciones de forma rápida.	4	4	4	
	Con las quejas y reclamos que se presentan ayudan a evitar incidentes	4	4	4	

Variable: Cadena de suministro

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Dimensión de Planificación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Reducción de costes	Existe preocupación de reducir los costos a lo largo de la cadena de suministro	4	4	4	
	Se minimizan	4	4	4	

	costos a través de una buena planificación de la empresa.				
Gestión	La empresa realiza una buena gestión dentro de la cadena de suministro	4	4	4	
Crecimiento	Se emplean estrategias para lograr el crecimiento dentro de la empresa	4	4	4	
	Se utilizan los objetivos de la empresa para un mejor desarrollo de crecimiento	4	4	4	

- Segunda dimensión: Producción

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad de los productos	La cadena de servicio se da de manera eficiente en la empresa	4	4	4	
	La empresa emplea estrategias para lograr la eficiencia en la producción	4	4	4	
Calidad de los procesos	La calidad de los procesos está sistematizada tal que garantice el resultado del producto	4	4	4	
Control de calidad	Los procesos de control de calidad se dan de manera adecuada	4	4	4	

- Tercera dimensión: Logística

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Abastecimiento de pedidos	La empresa se abastece con la cantidad adecuada de herramientas para brindar el servicio idóneo.	4	4	4	
	Se hace un eficiente control para ofrecer el servicio adecuado.	4	4	4	
Preparación de pedidos	La planificación de servicios se da de manera eficaz y adecuada.	4	4	4	
Entrega de productos	Ante algún servicio solicitado el cliente se le entrega sus pedidos de manera apropiada.	4	4	4	



Lic. Adm. Adrian Colomer Winter
REG. UNIC. DE COLEG. N° 2489

.....

(MBA, Adrian Colomer Winter)

DNI N° 000969101 CE

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario aplicado a clientes del Muelle y terminal pesquero zonal Talara. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Bady Richard Reyes Mendoza		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Leyter Wilfredo Ayala Panta Loana Lizeth Periche Baca
Procedencia:	Elaboración propia
Administración:	Presencial
Tiempo de aplicación:	10 - 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Talara
Significación:	Escala que se emplea es de Likert; TOTALMENTE EN DESACUERDO – EN DESACUERDO – INDIFERENTE – DE ACUERDO – TOTALMENTE DE ACUERDO

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Gestión comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio - Mercado - Ventas 	Gestión comercial es la actividad que se encarga del estudio y de las interacciones de intercambio dentro de una empresa con el mercado, así como la ubicación a disposición del cliente final de los productos y servicios que brinda la organización a cambio de un beneficio monetario (Perdigo, 2020).
Cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación - Producción - Logística 	La cadena de suministro es un conjunto de actividades de planificación, suministro, producción y logística que permiten gestionar todo el flujo de materiales e información desde el primer proveedor hasta el consumidor final (Arada, 2015).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes del muelle y terminal pesquero, de Talara, elaborado por Ayala Panta Leyter Wilfredo, Periche Baca Loana Lizeth en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable: Gestión comercial

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Servicio

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Fiabilidad	El servicio que brinda la empresa es fiable para sus clientes.	4	4	4	
	La empresa cumple con lo que se ofrece a los clientes.	4	4	4	
Capacidad de respuesta	Cada vez que un cliente presenta algún problema la empresa busca una respuesta inmediata.	4	4	4	
	Se esfuerzan por resolver los problemas de sus clientes.	4	4	4	
Seguridad	La empresa se encarga de brindar seguridad a los clientes ante algún pedido.	4	4	4	



	Se es transparente con el cliente cuando se presentan riesgos ante algún pedido.	4	4	4	
--	--	---	---	---	--

- Segunda dimensión: Mercado

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identificación de oportunidades	La empresa se preocupa por buscar y encontrar nuevas oportunidades para el beneficio de sus clientes.	4	4	4	
	Busca estrategias para lograr introducirse a nuevos mercados.	4	4	4	
Adaptación a los cambios	La empresa invierte en herramientas tecnológicas para un mejor servicio de sus clientes	4	4	4	
	Se incorpora con facilidad a las nuevas situaciones de cambio que se presenta en el mercado.	4	4	4	
	Se implementan sistemas digitales para una mejor operación en los servicios de sus clientes	4	4	4	
Incrementos de clientes	La empresa proporciona un buen servicio para los clientes actuales	4	4	4	

- Tercera dimensión: Ventas

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción del cliente	Mediante el servicio brindado observan que los clientes se muestran satisfechos.	4	4	4	
	Es comprometido a superar las expectativas de los clientes	4	4	4	
Facturación	La facturación que ofrecen hacia los clientes es de manera eficiente y eficaz en la empresa.	4	4	4	
Reclamaciones y quejas	Ante quejas y reclamos de los clientes; la empresa da soluciones de forma rápida.	4	4	4	
	Con las quejas y reclamos que se presentan ayudan a evitar incidentes	4	4	4	

Variable: Cadena de suministro

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Dimensión de Planificación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Reducción de costes	Existe preocupación de reducir los costos a lo largo de la cadena de suministro	4	4	4	
	Se minimizan costos a través de una buena planificación de la empresa.	4	4	4	

Gestión	La empresa realiza una buena gestión dentro de la cadena de suministro	4	4	4	
Crecimiento	Se emplean estrategias para lograr el crecimiento dentro de la empresa	4	4	4	
	Se utilizan los objetivos de la empresa para un mejor desarrollo de crecimiento	4	4	4	

• Segunda dimensión: Producción

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad de los productos	La cadena de producción se da de manera eficiente en la empresa	4	4	4	
	La empresa emplea estrategias para lograr la eficiencia en la producción	4	4	4	
Calidad de los procesos	La calidad de los procesos está sistematizada tal que garantice el resultado del producto	4	4	4	
Control de calidad	Los procesos de control de calidad se dan de manera adecuada	4	4	4	

• Tercera dimensión: Logística

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-------------	------	----------	------------	------------	-----------------------------------

Abastecimiento de pedidos	La empresa se abastece con la cantidad adecuada de herramientas para brindar el servicio idóneo.	4	4	4	
	Se hace un eficiente control para ofrecer el servicio adecuado.	4	4	4	
Preparación de pedidos	La planificación de servicios se da de manera eficaz y adecuada.	4	4	4	
Entrega de productos	Ante algún servicio solicitado el cliente se le entrega sus pedidos de manera apropiada.	4	4	4	



.....
Mg. Bady Richard Reyes Mendoza.
Firma del Evaluador

DNI N° 80247790
Teléfono: 970987044

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario aplicado a clientes del Muelle y terminal pesquero zonal Talara. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mercedes Renee Palacios de Briceño	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	GESTIÓN DE ORGANIZACIONES	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () () Más de 5 años (X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Leyter Wilfredo Ayala Panta Loana Lizeth Periche Baca
Procedencia:	Elaboración propia
Administración:	Presencial
Tiempo de aplicación:	10 - 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Talara
Significación:	Escala que se emplea es de Likert; TOTALMENTE EN DESACUERDO – EN DESACUERDO – INDIFERENTE – DE ACUERDO – TOTALMENTE DE ACUERDO

4. Soporte teórico

Variable	Dimensiones	Definición
Gestión comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio - Mercado - Ventas 	Gestión comercial es la actividad que se encarga del estudio y de las interacciones de intercambio dentro de una empresa con el mercado, así como la ubicación a disposición del cliente final de los productos y servicios que brinda la organización a cambio de un beneficio monetario (Perdigo, 2020).
Cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación - Producción - Logística 	La cadena de suministro es un conjunto de actividades de planificación, suministro, producción y logística que permiten gestionar todo el flujo de materiales e información desde el primer proveedor hasta el consumidor final (Arada, 2015).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario dirigido a los clientes del muelle y terminal pesquero, de Talara, elaborado por Ayala Panta Leyter Wilfredo, Periche Baca Loana Lizeth en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable: Gestión comercial

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Servicio

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Fiabilidad	El servicio que brinda la empresa es fiable para sus clientes.	4	4	4	
	La empresa cumple con lo que se ofrece a los clientes.	4	4	4	
Capacidad de respuesta	Cada vez que un cliente presenta algún problema la empresa busca una respuesta inmediata.	4	4	4	
	Se esfuerzan por resolver los problemas de sus clientes.	4	4	4	
Seguridad	La empresa se encarga de brindar seguridad a los clientes ante algún pedido.	4	4	4	
	Se es transparente con	4	4	4	



	el cliente cuando se presentan riesgos ante algún pedido.				
--	---	--	--	--	--

• Segunda dimensión: Mercado

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identificación de oportunidades	La empresa se preocupa por buscar y encontrar nuevas oportunidades para el beneficio de sus clientes.	4	4	4	
	Busca estrategias para lograr introducirse a nuevos mercados.	4	4	4	
Adaptación a los cambios	La empresa invierte en herramientas tecnológicas para un mejor servicio de sus clientes	4	4	4	
	Se incorpora con facilidad a las nuevas situaciones de cambio que se presenta en el mercado.	4	4	4	
	Se implementan sistemas digitales para una mejor operación en los servicios de sus clientes	4	4	4	
Incrementos de clientes	La empresa proporciona un buen servicio para los clientes actuales	4	4	4	

• Tercera dimensión: Ventas

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-------------	------	----------	------------	------------	-----------------------------------

Satisfacción del cliente	Mediante el servicio brindado observan que los clientes se muestran satisfechos.	4	4	4	
	Es comprometido a superar las expectativas de los clientes	4	4	4	
Facturación	La facturación que ofrecen hacia los clientes es de manera eficiente y eficaz en la empresa.	4	4	4	
Reclamaciones y quejas	Ante quejas y reclamos de los clientes; la empresa da soluciones de forma rápida.	4	4	4	
	Con las quejas y reclamos que se presentan ayudan a evitar incidentes	4	4	4	

Variable: Cadena de suministro

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Dimensión de Planificación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Reducción de costes	Existe preocupación de reducir los costos a lo largo de la cadena de suministro	4	4	4	
	Se minimizan costos a través de una buena planificación de la empresa.	4	4	4	
Gestión	La empresa realiza una buena gestión	4	4	4	

	dentro de la cadena de suministro				
Crecimiento	Se emplean estrategias para lograr el crecimiento dentro de la empresa	4	4	4	
	Se utilizan los objetivos de la empresa para un mejor desarrollo de crecimiento	4	4	4	

• Segunda dimensión: Producción

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad de los productos	La cadena de producción se da de manera eficiente en la empresa	4	4	4	
	La empresa emplea estrategias para lograr la eficiencia en la producción	4	4	4	
Calidad de los procesos	La calidad de los procesos está sistematizada tal que garantice el resultado del producto	4	4	4	
Control de calidad	Los procesos de control de calidad se dan de manera adecuada	4	4	4	

• Tercera dimensión: Logística

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Abastecimiento de pedidos	La empresa se abastece con la cantidad adecuada para brindar el servicio	4	4	4	

	apropiado.				
	Se hace un eficiente control de productos para ofrecer el servicio adecuado.	4	4	4	
Preparación de pedidos	La planificación de pedidos se da de manera eficaz y adecuada.	4	4	4	
Entrega de productos	La empresa realiza la entrega de sus productos de manera apropiada.	4	4	4	



 Lic. Adm. Emp. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 5103

DNI N° 02845588

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

PROPUESTA

Título de la propuesta: Estrategias de la cadena de suministros en el muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.

Introducción:

El sector pesquero es significativo para la economía del país, particularmente por ser una fuente generadora de ingresos y empleos. Se resalta especialmente por la pesquería marítima, la pesca continental y la acuicultura. Así mismo, los desembarques de recursos hidrobiológicos marítimos y continentales para las exportaciones. Es por ello, que el rubro pesquero en el Perú está exclusivamente basado en los recursos pesqueros marinos, principalmente en la anchoveta, jurel y caballa. En los últimos años se ha potenciado la participación en la captura de otros recursos como lo es la pota y el perico, entre otros. Dentro de ello, la cadena de suministro es esencial para el rubro pesquero, dado que se manejen las estructuras para los procesos de modo que se empleen de una manera adecuada para una mejor comercialización y transparencia de los productos logrando una satisfacción al cliente final.

Descripción organizacional:

Muelle y terminal pesquero zonal Talara es una empresa en la cual brindan servicio para un mejor desarrollo de la pesca artesanal, ofreciendo así facilidades para un buen desembarque, manipuleo y comercialización de los recursos pesqueros provenientes de la pesquería artesanal es una empresa peruana localizada en el departamento de Piura provincia de Talara distrito de Pariñas.

El inicio de sus actividades económicas empezó un 23 de abril de 1993. Por lo consiguiente, esta empresa su inscripción fue un 11 de abril de 1997 empezando a ser una institución pública. Y comenzando a proporcionar a los usuarios servicios de embarque y desembarque actualmente cuenta con una mejor infraestructura moderna que entro en funcionamiento en el año 2008 gracias a una cooperación con Japón y Fondapes para así realizar esta infraestructura que actualmente es la que se está manteniendo debido a que cada año se realiza mantenimientos y mejoras para seguir obteniendo una mejor comercialización de los productos hidrobiológicos, embarques y desembarques.

Es importante destacar que esta empresa es un beneficio para los usuarios debido a que les permite a tener un mejor embarque y desembarque de sus productos quedando satisfechos y permitiendo así que sus productos hidrobiológicos tengan un mejor proceso y un buen comercio para brindar al mercado productos de buena calidad, usando sus buenas infraestructuras del muelle y terminal pesquero por otro lado también se les brinda trabajo a jóvenes de la ciudad, los mismos que son de mucha importancia en su labor para poder brindar un servicio de excelencia y de esta manera lograr un mejor proceso y comercio.

Visión:

Apoyar que el país sea líder en exportaciones pesqueras respetando los ecosistemas sin riesgo de disminuir la cantidad y calidad de los recursos pesqueros o hidrobiológicos y que el nivel de consumo de recursos se acreciente para un mayor beneficio nutricional de la población peruana.

Misión:

Desarrollar los servicios pesqueros de manera competitiva, eficiente y sostenible en el tiempo, aprovechando los recursos marinos desembarcados con procesos productivos con alta, calidad, cuidando la depredación del mar y protegiendo el medio ambiente.

Objetivos de la propuesta:

El objetivo principal de la propuesta fue:

Diseñar estrategias de la cadena de suministros en el muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.

Los objetivos específicos de la propuesta fueron:

- a) Desarrollar una estrategia para obtener una buena gestión dentro del muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.
- b) Realizar una estrategia para la capacitación al personal de muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.
- c) Elaborar una estrategia para el crecimiento del muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.

Justificación:

La elaboración de esta propuesta basada en estrategias de la cadena de suministros en el muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023, está relacionada con aquellos procesos para ver la trazabilidad de los servicios en la cadena de suministro, desarrollo de una buena gestión, fortalecimiento del crecimiento de la empresa y personal de trabajo capacitado, con el propósito de generar un buen procedimiento dentro de la cadena de suministro obteniendo un mejor control de las actividades para así satisfacer las necesidades de los clientes, debido a que se da desde su elaboración inicial hasta su entrega final, puesto que el público objetivo del muelle y terminal pesquero son los comerciantes que vendrían a ser los armadores, que residen en la provincia de Talara, sus distritos y diferentes puertos pesqueros del Perú. Por lo tanto, en base a lo mencionado indica la necesidad de plantear las posibles alternativas de solución para mejorar el problema que vemos en la cadena de suministro, ya que es una pieza esencial para un eficiente desarrollo de procesos, de tal manera que se cumpla con los objetivos que se plantea la empresa y brindar un servicio de calidad.

Matriz de Evaluación de los Factores Internos

De acuerdo, a la evaluación de factores internos de Muelle y terminal pesquero zonal Talara, fueron obtenidos mediante los principales hallazgos de los instrumentos que hicieron posible detallar las fortalezas y debilidades.

MATRIZ EFI				
FACTORES EXTERNOS		IMPORTANCIA PONDERADO	CALIFICACIÓN EVALUACIÓN	VALOR
FORTALEZAS				
1	Buena infraestructura	15%	4	0.6
2	Personal profesional	10%	4	0.4

3	Buena organización social, dirigentes con agente de pesca	10%	3	0.3
4	Buen servicio del desembarque con equipos y maquinarias de tecnologías avanzadas.	5%	3	0.15
5	Apoyo en infraestructura con fondepes y ong	10%	3	0.3
DEBILIDADES				
1	Escases de manuales de normas y procedimientos.	15%	2	0.3
2	Bajo incremento de pesca.	10%	1	0.1
3	Pérdida de clientes.	10%	1	0.1
4	Servicios básicos elevados	10%	2	0.2
5	Carencia de salas de lavado	5%	2	0.1
TOTAL		100%		2.55

Matriz de Evaluación de los Factores Externos

De acuerdo a la evaluación de los factores externos de Muelle y terminal pesquero zonal Talara, fueron obtenidos mediante los principales hallazgos de los instrumentos que hicieron posible detallar las oportunidades y amenazas.

MATRIZ EFE				
FACTORES EXTERNOS		IMPORTANCIA PONDERADO	CALIFICACIÓN EVALUACIÓN	VALOR
OPORTUNIDADES				
1	Alianzas estratégicas.	10%	4	0.4
2	Aumentos de ingresos en las temporadas de pesca.	10%	3	0.3
3	Aumento en la demanda de especies marinas de servicio de calidad.	10%	4	0.4
4	Implementación de servicios adicionales de embarque y desembarque de empresas marítimas.	10%	4	0.4
5	Venta de agua en tanques y alquiler de herramientas.	10%	3	0.3
AMENAZAS				
1	Desembarcaderos ilegales	15%	2	0.3
2	Cambio climático, escasez de especies marinas.	10%	1	0.1
3	Remodelación de refinería que hacen que las especies emigren y disminuye la productividad en el terminal.	10%	1	0.1
4	Corte de servicios básicos por falta de producción de pesca	10%	2	0.2
5	Carencia de apoyo de los gobiernos locales.	5%	2	0.1
TOTAL		100%		2.6

Análisis FODA

Con respecto al análisis FODA se plantearon las estrategias de acuerdo a los factores internos y externos que fueron determinados en Muelle y terminal pesquero zonal Talara.

<p style="text-align: center;">MATRIZ DAFO</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS (F)</p> <p>F1. Buena infraestructura.</p> <p>F2. Personal profesional.</p> <p>F3. Buena organización social, dirigentes con agente de pesca.</p> <p>F4. Buen servicio del desembarque con equipos y maquinarias de tecnologías avanzadas.</p> <p>F5. Apoyo en infraestructura con fondepes y ong.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES (D)</p> <p>D1. Escases de manuales de normas y procedimientos.</p> <p>D2. bajo incremento de pesca.</p> <p>D3. Pérdida de clientes.</p> <p>D4. Servicios básicos elevados.</p> <p>D5. Carencia de salas de lavado.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES (O)</p> <p>O1. Alianzas estratégicas</p> <p>O2. Aumentos de ingresos en las buenas temporadas de pesca.</p> <p>O3. Aumento en la demanda de especies marinas de servicio de calidad.</p> <p>O4. Implementación de servicios adicionales de embarque y desembarque de empresas marítimas.</p> <p>O5. Venta de agua en tanques y alquiler de herramientas.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO</p> <p>(F2, O3) Contratar personal profesional capacitado para atender la demanda de las especies marinas.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DO</p> <p>(D1, O1, O4) Implementar manuales de normas y procedimientos para incrementar las alianzas estratégicas aumentando los servicios adicionales de embarque y desembarque.</p>

AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1. Desembarcaderos ilegales</p> <p>A2. Cambio climático, escasez de especies marinas</p> <p>A3. Remodelación de refinería que hacen que las especies emigren y disminuye la productividad en el terminal.</p> <p>A4. Corte de servicios básicos por falta de producción de pesca</p> <p>A5. Carencia de apoyo de los gobiernos locales.</p>	<p>(F4, A4) Establecer un plan para reducir los costos operativos.</p>	<p>(D3, A4) Realizar un análisis de la situación actual de institución y establecer un plan organizacional.</p>

Estrategias FO: Contratar personal profesional capacitado para atender la demanda de las especies marinas.

a. Descripción

Para que los colaboradores brinden un servicio altamente adecuado en el muelle y terminal pesquero, se recomienda contratar a personal profesional en el rubro pesquero para garantizar que la organización sea de un alto nivel ya que contara con un personal más capacitado para la atención de las demandas marinas.

b. Metas

Lograr que un 80% el desempeño laboral.

Seguir satisfaciendo a los comerciantes un 60%.

c. Tácticas

Emplear capacitaciones que tengan relación con temas marítimos en función a sus necesidades.

Generar más confianza en los comerciantes.

d. Programa estratégico

Para la realización de la estrategia de contratar personal profesional capacitado para atender la demanda de las especies marinas., estará a cargo de la administradora y personal especializado que será contratado periódicamente por la institución muelle y terminal pesquero zonal Talara. Este plan, que se realizará trimestralmente de enero a diciembre del 2024, está diseñado en asesorar a los empleados con la finalidad de garantizar un servicio altamente efectivo y de calidad.

e. Cronograma de actividades

Actividades	Enero				Junio				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
O1. Identificar las necesidades de la demanda marítima.												
O2. Diseñar e implementar los programas de capacitación.												
Monitorear a los colaboradores para un correcto desempeño.												

f. Costos

Cod	Detalle	Med	Cant	C.U		C.T
1.1.	Materiales				S/	2,600.00
1.1.1	Laptop	Glb	1	2,300.00	S/	2,300.00
1.1.2	Proyector	Glb	1	300.00	S/	300.00
1.2.	Servicios				S/	7,100.00
1.2.1	Energía eléctrica	Mes.	12	S/ 200.00	S/	2,400.00
1.2.2	Internet	Mes.	12	S/ 90.00	S/	1,080.00
1.2.3	Ficha informativa	Mill.	02	S/ 10.00	S/	20.00
1.2.4	Personal especializado	Ses.	02	S/ 1800.00	S/	3,600.00
Costo de la estrategia:					S/	9,700.00

g. Viabilidad

La institución muelle y terminal pesquero, dispone con los medios necesarios para brindar recursos a nivel financiero, económico y material para elaborar la estrategia basada en implementar programas de capacitación al personal para brindar un servicio de calidad, a un costo total de S/ 9,700.00, tomando en cuenta los materiales y servicios necesarios para la ejecución del plan. De esta manera, los empleados de diferentes áreas de la empresa pueden incrementar su productividad y brindar un mejor servicio.

h. Mecanismo de control

Nivel de confianza.

Nivel de crecimiento.

Nivel de satisfacción al cliente.

Estrategias DO: Implementar manuales de normas y procedimientos para incrementar las alianzas estratégicas aumentando los servicios adicionales de embarque y desembarque.

a. Descripción

Para Implementar manuales de normas y procedimientos y así incrementar las alianzas estratégicas aumentando los servicios adicionales de embarque y desembarque, se empieza cumpliendo las normas sanitarias que exigen sanipes, y poder arreglar y adecuar el área de embarque y desembarque identificando que es lo que falta complementar para que pueda haber un buen proceso del servicio adicional, procediendo a elaborar manuales de las normas del respectivo procedimiento y obtener una mejor alianza con las entidades.

b. Metas

Lograr mejorar un 90 % la fidelización de clientes.

Lograr mejorar el 80 % de la productividad.

c. Tácticas

Fomentar cumplimiento de manuales

Generar función de normas en los procedimientos de sus labores.

d. Programa estratégico

Para la elaboración de la estrategia la administradora y los trabajadores por parte del muelle y terminal pesquero zonal Talara estarán a cargo, así mismo un supervisor de Sanipes, por lo cual tendrán que adecuar el área de embarque y desembarque a las normas que exige la entidad, se realizara bimestralmente que serán en los meses marzo, abril, noviembre y diciembre del 2024. Incentivando al cumplimiento de manuales y normas dentro de los procedimientos y fortalecer las alianzas con las entidades para lograr los objetivos de la empresa.

e. Cronograma de actividades

Actividades	Marzo - Abril				Noviembre- diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4
O1. La administradora elaborar el plan de trabajo con sus operarios y con las entidades que tienen alianzas.								
O2. Elaboración de trabajos para adecuar el área a las normas exigentes.								
O3. Solicitar a la entidad sanipes fiscalizar la adecuación del área de embarque y desembarque para su funcionamiento.								

f. Costos

Cod	Detalle	Med	Cant	C.U		C.T
1.1.	Materiales				S/	2,600.00
1.1.1	Laptop	Glb	1	2,300.00	S/	2,300.00
1.1.2	Proyector	Glb	1	300.00	S/	300.00
1.2.	Servicios				S/	4,980.00
1.2.1	Energía eléctrica	Mes.	12	S/ 200.00	S/	2,400.00
1.2.2	Internet	Mes.	12	S/ 90.00	S/	1,080.00
1.2.3	Especialista	Mes.	01	S/ 1,500.00	S/	1,500.00
Costo de la estrategia:					S/	7,580.00

g. Viabilidad

La empresa Muelle y terminal pesquero zonal Talara si cuenta con los medios y recursos económicos, financieros y físicos fundamentales para poder ejecutar la estrategia planteada y poder implementar los manuales de normas y procedimientos de acuerdo al servicio adicional aprovechando las alianzas con las entidades que cuenta, la cual tiene un costo de S/ 7,580.00 debido a que se necesitara materiales y servicios para poder elaborar y adecuar con lo propuesto, así mismo se cumplan los manuales de normas que son planteadas por sanipes para el correcto desarrollo del servicio adicional.

h. Mecanismo de control

Nivel de operaciones.

Nivel de cumplimiento de normas y reglamentos legales.

Estrategia FA: Establecer un plan para reducir los costos operativos.

a. Descripción

Con el propósito de establecer un plan para reducir los costos operativos en la empresa de tal manera que aumente la rentabilidad, ya que en institución se cortan el uso de servicios básicos por escasez de producción de pesca.

b. Metas

Lograr aumentar la productividad en un 50%.

Lograr que aumente un 50% en rentabilidad.

f. Costos

Cod	Detalle	Med	Cant	C.U	C.T
1.1.	Materiales				S/ 2,300.00
1.1.1	Laptop	Doc	01	S/ 2300.00	S/ 2300.00
1.2.	Servicios				S/ 1,160.00
1.2.1	Energía eléctrica	Mes.	04	S/ 200.00	S/ 800.00
1.2.2	Internet	Mes.	04	S/ 90.00	S/ 360.00
Costo de la estrategia:					S/ 3,460.00

g. Viabilidad

La institución muelle y terminal pesquero, dispone con los medios necesarios para brindar recursos a nivel financiero, económico y material para la elaboración de la estrategia basada en establecer un plan para reducir los costos operativos, a un costo total de S/. 3,460.00, tomando en cuenta los materiales y servicios necesarios para la ejecución del plan. Obteniendo un mayor resultado para el beneficio de la organización.

h. Mecanismo de control

Nivel de mejora continua.

Nivel de ventaja competitiva.

Estrategias DA: Realizar un análisis de la situación actual de la institución y establecer un plan organizacional.

a. Descripción

Para realizar un análisis de la situación actual de la institución y poder establecer un plan organizacional se empieza identificando y evaluando el proceso con el que trabaja la empresa saber en qué falta complementar, saber el punto de vista y opinión de los clientes e investigar el método de trabajo de la competencia

procediendo a realizar un análisis del entorno, y poder planificar los procesos para un mejor trabajo y eficacia en sus operaciones diarias, así resolviendo los inconvenientes que se puedan estar presentando y tener un mejor orden en el trabajo que se realiza.

b. Metas

Lograr mejorar la eficiencia en un 90%.

Lograr mejorar la organización del proceso de trabajo un 80%.

c. Tácticas

Fomentar una mayor competitividad.

Mejorar los procesos de la cadena de suministro.

d. Programa estratégico

La ejecución de la estrategia estará a cargo de la administradora encargada del muelle y terminal pesquero zonal Talara, quien deberá analizar la situación en la que se encuentra actualmente la empresa, para poder realizar un plan organizacional y mejorar en las deficiencias que tenga, esto, se realizará trimestralmente que abarcara los meses enero, abril, julio y octubre del año 2024, ayudándola a tener una mejor organización de sus operaciones diarias y cumplir con los objetivos que plantea su institución.

e. Cronograma de actividades

Actividades	Enero				Abril				Julio				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
O1. Coordinación de la administradora con los trabajadores.																
O2. Ejecución del plan organizacional.																
O3. Seguimiento de los planes propuestos.																

f. Costos

Cód.	Detalle	Med	Cant	C.U	C.T
1.1	Materiales				S/ 2,600.00
1.1.1	Laptop	Glb	01	S/ 2,300.00	S/ 2,300.00
1.1.2	Proyector	Glb	01	S/ 300.00	S/ 300.00
1.2	Servicios				S/ 3,480.00
1.2.1	Energía eléctrica	Mes	12	S/ 200.00	S/ 2,400.00
1.2.2	Internet	Mes	12	S/ 90.00	S/ 1,080.00
Costo de la estrategia					S/ 6,080.00

g. Viabilidad

La empresa Muelle y terminal pesquero zonal Talara si cuenta con los medios esenciales para la capacidad de los recursos a nivel económico, financiero y físico, para elaborar la estrategia de realizar un análisis de la situación actual de la

institución y establecer un plan organizacional. La cual su costo total es de S/ 6,080.00, dado a que se necesitara de dichos materiales y servicios para la elaboración de la estrategia planteada, y de esa manera mejorar los procesos de la cadena de suministro y tener una mejor productividad.

h. Mecanismo de control

Nivel de planeación estratégica.

Nivel de eficiencia.

Tabla 09

Resumen de las estrategias y costos

Estrategias propuestas		C.T.
FO	Implementar programas de capacitación al personal para brindar un servicio de calidad.	S/ 6,550.00
DO	Solicitar a la entidad sanipes la habilitación de todas las áreas que se requieran para que el proceso de trabajo sea más eficiente.	S/ 7,580.00
FA	Establecer un plan para reducir los costos operativos.	S/ 3,460.00
DA	Realizar un análisis de la situación actual de la institución y establecer un plan organizacional.	S/ 6,080.00
Costo total:		S/ 23,670.00

Evaluación de beneficio y costo ecológico

En cuanto a la evaluación beneficio-costos, se deben tener en cuenta los ingresos menos los egresos del periodo correspondiente, que abarcaría desde el año 2022 hasta el 2023 de la empresa muelle y terminal pesquero, de la provincia de Talara, que muestre que si realmente se dispone de recursos económicos y financieros para implementar cada estrategia. A continuación, se sustenta:

Ingresos y egresos de la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara.

Detalle	2022	2023	2024
Ingresos	S/225,278.00	S/353,300.00	S/354,000.00
Egresos	S/118,000.00	S/230,000.00	S/230,500.00
(Ing-Egr)	S/107,278.00	S/123,300.00	S/123,500.00

De acuerdo al margen de utilidad que presentaron los datos financieros y económicos de la institución, indicó para el año 2022, un total de S/. 107,278.00, por otro lado, para el año 2023 muestra un aumento que es un total de S/. 123,300.00 debido a la buena evolución de la demanda en especies marinas que beneficia el trabajo en el muelle y terminal pesquero zonal Talara, aumentando sus ingresos, así mismo, para el año 2024 se tiene esperado un total de S/. 123,500.00, esperando que la industria pesquera se mantenga y se pueda seguir produciendo una mayor demanda para sus ingresos de la empresa y puedan dar resultados las estrategias propuestas.

Evaluación del beneficio sobre costo

Detalle	Valores
Beneficio	S/470,176.71
Costo	S/285,634.11
B/C	1.6

De acuerdo a la evaluación del beneficio sobre costo, se concluyó que por S/20,000 de inversión, se obtendrá una recuperación de S/. 1.6, lo cual demuestra que la ejecución de las estrategias está relacionada con desarrollar una estrategia para tener una buena gestión dentro de la empresa, realizar una estrategia para la capacitación al personal de la organización, elaborar una estrategia para el crecimiento de la empresa, muestra que la empresa Muelle y terminal pesquero zonal Talara, cuenta con los recursos económicos y financieros para solventar los costos que se necesitan para la elaboración de la propuesta planteada durante el año 2024.

Anexo 8: Resultado de reporte de similitud de Turnitin.

 Universidad César Vallejo	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	------------------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Leyter Wilfredo Ayala Panta Loana Lizeth Periche Baca
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 <i>kuder Richardson</i> () Alfa de Cronbach. (x)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	26/06/23
1.7. MUESTRA APLICADA	:	38

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.766
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.*)

El instrumento del cuestionario de la variable gestión comercial obtiene un índice de confiabilidad aceptable de 76.6%



Estudiantes: Leyter Wilfredo Ayala Panta
DNI : 73389403



Estudiante: Loana Lizeth Periche Baca
DNI : 73321838


 LICENCIADO EN ESTADÍSTICA
 GRUPO N° 138

Docente : Felix Fabian Pintado Rodriguez
DNI:45246330

 Universidad César Vallejo	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
--	--	------------------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Leyter Wilfredo Ayala Panta Loana Lizeth Periche Baca
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Gestión comercial y la cadena de suministros en la empresa muelle y terminal pesquero zonal Talara, 2023.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson () Alfa de Cronbach. (x)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	26/06/23
1.7. MUESTRA APLICADA	:	38

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.752
---	--------------

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

El instrumento del cuestionario de la variable cadena de suministro obtiene un índice de confiabilidad aceptable de 75.2%



Estudiante: Leyter Wilfredo Ayala Panta
DNI : 73589405



Estudiante: Loana Lizeth Periche Baca
DNI : 73521858



PINTADO
Mg. Félix Fabian Pintado Rodríguez
LICENCIADO EN EDUCACIÓN
CÓDIGO N° 870

Docente : Félix Fabian Pintado Rodríguez
DNI: 45246530

Anexo 10

Tabla

Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p>Gestión comercial y la Cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023</p>	<p>PROBLEMA GENERAL</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Población y muestra: 75 trabajadores • Tipo de investigación: Aplicada • Enfoque de la investigación: Mixta • Diseño de la investigación: No experimental de corte transversal • Nivel de investigación: Correlacional • Alcance temporal de la investigación: Transversal
	<p>¿Qué relación existe entre Gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023?</p>	<p>Determinar la relación entre gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.</p>	<p>Existe una relación significativa entre gestión comercial y la cadena de suministro en la empresa muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.</p>	
	<p>PROBLEMA ESPECÍFICOS</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA</p>	
	<p>PE1: ¿Cuál es la relación entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023?</p> <p>PE2: ¿Cuál es la relación entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023?</p> <p>PE3: ¿Cuál es la relación entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023?</p>	<p>OE1: Analizar la relación entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.</p> <p>OE2: Identificar la relación entre mercado y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.</p>	<p>H1: Existe una relación significativa entre servicio y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023</p> <p>HE2: Existe una relación significativa entre mercado y la cadena de suministro en muelle y</p>	

		<p>OE3: Definir la relación entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.</p>	<p>terminal pesquero zonal de Talara, 2023.</p> <p>HE3: Existe una relación significativa entre ventas y la cadena de suministro en muelle y terminal pesquero zonal de Talara, 2023.</p>	
--	--	--	--	--

V1. Gestión comercial				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				5	4	3	2	1
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Servicio	Fiabilidad	1	El servicio que brinda la empresa es fiable para sus clientes					
		2	La empresa cumple con lo que se ofrece a los clientes.					
	Capacidad de respuesta	3	Cada vez que un cliente presenta algún problema la empresa busca una respuesta inmediata					
			Se esfuerzan por resolver los problemas de sus clientes.					
	Seguridad	4	La empresa se encarga de brindar seguridad a los clientes ante algún servicio.					
			Se es transparente con el cliente cuando se presentan riesgos ante algún servicio solicitado.					
Mercado	Identificación de oportunidades	4	La empresa se preocupa por buscar y encontrar nuevas oportunidades para el beneficio de sus clientes					
			Busca estrategias para lograr introducirse a nuevos mercados.					
	Adaptación a los cambios	5	La empresa invierte en herramientas tecnológicas para un mejor servicio de sus clientes					
			Se incorpora con facilidad a las nuevas situaciones de cambio que se presenta en el mercado.					
			Se implementan sistemas digitales para una mejor operación en los servicios de sus clientes					
	Incremento de clientes	6	La empresa proporciona un buen servicio para los clientes actuales					
Ventas	Satisfacción del cliente	7	Mediante el servicio brindado observan que los clientes se muestran satisfechos.					
			Es comprometido a superar las expectativas de los clientes					
	Facturación	8	Como empresa la facturación que ofrecen hacia los clientes es de manera eficiente y eficaz.					

Reclamaciones y quejas	9	Ante quejas y reclamos de los clientes; la empresa da soluciones de forma rápida.					
		Con las quejas y reclamos que se presentan ayudan a evitar incidentes					

V2. Cadena de suministro				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				5	4	3	2	1
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
Planificación	Reducción de costes	10	Existe preocupación de reducir los costos a lo largo de la cadena de suministro					
			Se minimizan costos a través de una buena planificación de la empresa.					
	Gestión	11	La empresa realiza una buena gestión dentro de la cadena de suministro					
	Crecimiento	12	Se emplean estrategias para lograr el crecimiento dentro de la empresa					
		Se utilizan los objetivos de la empresa para un mejor desarrollo de crecimiento						
Producción	Calidad de los productos	13	La cadena de servicio se da de manera eficiente en la empresa					

			La empresa emplea estrategias para lograr la eficiencia en la producción					
	Calidad de los procesos	14	La calidad de los procesos está sistematizada tal que garantice el resultado del producto					
	Control de calidad	15	Los procesos de control de calidad se dan de manera adecuada					
Logística	Abastecimiento de pedidos	16	La empresa se abastece con la cantidad adecuada de herramientas para brindar el servicio idóneo.					
			Se hace un eficiente control para ofrecer el servicio adecuado.					
	Preparación de pedidos	17	La planificación de servicios es eficaz y adecuada					
	Entrega de productos	18	Ante algún servicio solicitado el cliente se le entrega sus pedidos de manera apropiada.					

Muchas gracias.

Anexo 12

EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

Figura 1

Entrevista con el administrador del muelle y terminal pesquero.



Figura 2

Entrevista con el administrador del muelle y terminal pesquero.



Figura 3

Cuestionario al área de recursos humanos



Figura 4

Cuestionario al área de mantenimiento.



Figura 5

Cuestionario al área de atención al cliente.

