



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La gestión administrativa y su influencia en la gestión comercial de la  
empresa Produmar S.A.C. de Paita, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Tume Correa Rosita Inés (ORCID: 0000-0002-4978-2918)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

PIURA- PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

A DIOS

Por sus bendiciones del día a día y haberme iluminado para lograr mis objetivos.

A MIS PADRES

Por haberme apoyado en todo momento, por sus valores y concejos que me inculcaron para salir adelante.

A MIS TIOS

Por el apoyo incondicional, por sus concejos y por la motivación constante en mi formación profesional

## **AGRADECIMIENTO**

### **A DIOS**

Por ser mi fortaleza en cada momento y brindarme la vida y buena salud y por permitirme llegar a mi formación profesional.

### **A MIS DOCENTES**

Que en este tiempo de formación profesional me brindaron sus conocimientos y valores.

### **A MI ASESOR**

Al Dr. Freddy Castillo Palacios, por el excelente asesoramiento durante el proceso de esta investigación.

## Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	12
2.1.Tipo y diseño de investigación.....	12
2.2.Operacionalización de variables.....	12
2.3.Población, muestra y muestreo.....	14
2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	14
2.5.Procedimiento.....	16
2.6.Métodos de análisis de datos.....	16
2.7.Aspectos éticos.....	17
III. RESULTADOS.....	18
IV. DISCUSIÓN.....	24
V. CONCLUSIONES.....	29
VI. RECOMENDACIONES.....	30
VII. LINEAMIENTO.....	31
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS.....	40
Anexo 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	41
Anexo 02 CUESTIONARIO.....	43
Anexo 03 INFORME DE RESULTADOS COMPLEMENTARIOS DEL CUESTIONARIO.....	45
Anexo 04 VALIDACIONES.....	56
Anexo 05 CONFIABILIDAD.....	65
Anexo 06 MATRIZ DE INSTRUMENTOS.....	67
Anexo 07 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS.....	68

## Índice de tablas

Tabla 1 Alpha de Cronbach para el instrumento de Gestión Administrativa.....	15
Tabla 2 Alpha de Cronbach para el instrumento de Gestión Comercial .....	15
Tabla 3 Análisis de correlación entre la planeación y la gestión comercial .....	18
Tabla 4 Análisis de influencia entre la planeación y la gestión comercial .....	18
Tabla 5 Análisis de correlación entre la dirección y la gestión comercial .....	19
Tabla 6 Análisis de influencia entre la dirección y la gestión comercial .....	19
Tabla 7 Análisis de correlación entre la organización y la gestión comercial.....	20
Tabla 8 Análisis de influencia entre la organización y la gestión comercial.....	20
Tabla 9 Análisis de correlación entre el control y la gestión comercial.....	21
Tabla 10 Análisis de influencia entre el control y la gestión comercial .....	21
Tabla 11 Análisis de correlación entre la gestión administrativa y la gestión comercial .....	22
Tabla 12 Análisis de influencia entre la gestión administrativa y la gestión comercial .....	22
Tabla 13 Gestión administrativa y gestión comercial por niveles.....	23
Tabla 14 Nivel de la planificación en la empresa PRODUMAR.....	45
Tabla 15 Nivel de la organización en la empresa PRODUMAR .....	45
Tabla 16 Nivel de la dirección en la empresa PRODUMAR.....	46
Tabla 17 Nivel del control en la empresa PRODUMAR .....	46
Tabla 18 Nivel de la gestión de servicio en la empresa PRODUMAR .....	47
Tabla 19 Nivel de la gestión de mercados en la empresa PRODUMAR .....	47
Tabla 20 Análisis del planeamiento en la empresa PRODUMAR según número de items .....	48
Tabla 21 Análisis de la organización en la empresa PRODUMAR según número de items.....	49
Tabla 22 Análisis de la dirección en la empresa PRODUMAR según número de items .....	50
Tabla 23 Análisis del control en la empresa PRODUMAR según número de items .....	51
Tabla 24 Análisis de la gestión de servicio en la empresa PRODUMAR según número de items ..	52
Tabla 25 Análisis de la gestión de mercadeo en empresa PRODUMAR según número de items ...	54

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar si existe influencia de la gestión administrativa sobre la gestión comercial en la empresa PRODUMAR S.A.C de Paita en el año 2019, dichas variables fueron estudiadas tomando como base los fundamentos planteados por Robbins y Coulter (2017) para el caso de gestión administrativa, la cual fue dimensionada en planeación, organización, dirección y control y en cuanto a la gestión comercial se utilizó el fundamento de García (2018) quien propuso el dimensionamiento de la variable en gestión de servicio y gestión de mercadeo. Se estudió a la población total, de 36 colaboradores administrativos involucrados a actividades de comercialización, a quienes se les aplicó dos cuestionarios validados por expertos y con fiabilidad según el coeficiente de Alpha de Cronbach de 0,932 para el cuestionario para Gestión Administrativa y 0,941 para el cuestionario de Gestión Comercial. Entre los principales resultados se encontró que la gestión administrativa presenta una correlación positiva fuerte con la gestión comercial, dado al coeficiente de Rho de Spearman de 0,854 y a la vez se infirió que existió correlación significativa dado a que el valor de p tomó el valor de 0,000 siendo este menor de 0,05. Las dimensiones de planeación, organización, dirección y control mostraron correlación significativa e influencia sobre la variable gestión comercial, por lo que, dado los resultados, se concluyó que la gestión administrativa influye de manera significativa sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita.

Palabras claves: Gestión administrativa, Gestión comercial, Gestión de servicio, Gestión de mercadeo.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine if there is an influence of administrative management on commercial management in the company PRODUMAR SAC of Paita in 2019, these variables were studied based on the fundamentals proposed by Robbins and Coulter (2017) for the case of administrative management, which was dimensioned in planning, organization, direction and control and in terms of commercial management was used the foundation of García (2018) who proposed the dimensioning of the variable in service management and marketing management. We studied the total population of 36 administrative employees involved in commercialization activities, to whom two questionnaires validated by experts were applied and with reliability according to Cronbach's Alpha coefficient of 0.932 for the questionnaire for Administrative Management and 0.941 for the questionnaire. of Commercial Management. Among the main results, it was found that the administrative management presents a strong positive correlation with the commercial management, given the Spearman's Rho coefficient of 0.854 and at the same time it was inferred that there was a significant correlation given that the value of p took the value of 0.000 this being less than 0.05. The dimensions of planning, organization, direction and control showed significant correlation and influence on the variable commercial management, so, given the results, it was concluded that the administrative management has a significant influence on the commercial management of the company PRODUMAR S.A.C. of Paita.

**Keywords:** Administrative management, Commercial management, Service management, Marketing management.

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la economía global y la competitividad ha generado que las empresas realicen grandes inversiones en tecnología, a tal punto que investigaciones estiman que un tercio de las grandes compañías estadounidenses invierten alrededor del 5% de sus ingresos anuales en proyectos tecnológicos para la mejora de sus operaciones internas y de servicio (Deloitte, 2018)

Estos indicadores muestran que la tendencia a alcanzar el mejor nivel y se da por medio de una buena gestión, al cual depende de múltiples factores, donde el equilibrio de todos conduce al éxito de las organizaciones. Los cuatro pilares: capacidad, estrategia, compromiso y desempeño financiero son clave en toda organización. Resaltando el pilar de capacidad, es el principal y de mayor preocupación por los directivos en forma global pues se vincula a las acciones propias de la gestión administrativa, como la ejecución de sus planes, fomento de la colaboración interna, mejora de estrategias, trabajo colaborativo y otros. (Farías, 2019)

A nivel nacional, son muchas de las empresas que apuestan por una mejora en su gestión administrativa y comercial, para que, como consecuencia, todas sus operaciones se realicen de la manera óptima. Es el caso del Banco de Crédito del Perú, donde su gerente Walter Bayly, señaló lo valioso que es la gestión administrativa, tanto internamente en la organización, como de forma externa para consolidarse así en su sector (Diario Gestión, 2015).

El centrarse en la mejora de la gestión administrativa favorecerá a un sinnúmero de empresas, sobre todo a las beneficiadas por temas de acuerdos comerciales, como el acuerdo con Australia donde existen oportunidades por alrededor de US\$ 339 millones en la pesca, siderurgia, minería no metálica, entre otros. Pero sin descuidar la gestión comercial, pues en el mercado exportador, el brindar un servicio de calidad es de suma importancia (Varillas, 2017)

La empresa Proveedora de Productos Marinos S.A.C. (PRODUMAR) es una organización que conforma el grupo PROFAND, que se especializa en la producción,

procesamiento y venta de productos hidrobiológicos de alta calidad, la cual es reconocida por sus certificaciones internacionales por cumplimiento de exigentes estándares. Esta empresa, se ubica en la provincia de Paita, donde está presente uno de los principales puertos de nuestro litoral peruano.

Inició sus operaciones de exportación en el 2002, atendiendo demandas de mercados internacionales de países de Europa y Asia, y cuyo producto principal de exportación es el calamar gigante (pota) en distintos derivados como alas – aleta cruda y cocida, anillas de calamar gigante, botones de calamar gigante, tiras de calamar, rodajas cocidas de tentáculos y de Manto o filete de calamar.

La empresa ha presentado problemas en los últimos años, específicamente en la gestión comercial, debido a que al no tener suficiente producto afectada por los fenómenos climatológicos, no se podía atender las demandas presentadas. No obstante, y producto de una buena gestión administrativa, enfocada en su planificación y organización ha superado los inconvenientes presentados y se logró cubrir demanda de exportación requerida, sin afectar a sus clientes que incluso son proveedores de otras compañías. Por ello es importante, que el nivel de la gestión administrativa sea la más óptima posible, pues de darse en bajo nivel puede generar que el nivel de gestión comercial disminuya y que en contextos no regulares no se pueda atender a los clientes, generar insatisfacción en ellos, pérdida de reputación comercial y simplemente afectar a toda la cadena de abastecimiento que inicia en PRODUMAR S.A.C.

Podría entenderse que, si no se trabaja específicamente en la planificación de extracción del producto, tomando en cuenta los eventos climatológicos, podría desencadenar pérdidas para la empresa. Incluso, se debe tener presente una dirección adecuada de los equipos para hacer un frente único ante adversidades, una buena organización para que cada integrante tenga en claro la función a realizar y un buen control para que por medio de indicadores se pueda monitorear que se esté cumpliendo con todo lo planificado; en otras palabras; alcanzando los objetivos fijados y por qué no, superando las metas establecidas por la gerencia.

Dado a lo señalado, en la presente investigación se estudiará, si la gestión administrativa influye significativamente en la gestión comercial, de esta manera podría establecerse estrategias que apunten a la gestión administrativa y que como consecuencia afecten de forma positiva a la gestión comercial. Para esto se basará en lo propuesto por Robbins y Coulter (2018) para estudiar la gestión administrativa y en García (2018) para estudiar la gestión comercial y se utilizará técnicas estadísticas para determinar su relación y la influencia de una variable (independiente) sobre otra (dependiente).

Existen investigaciones publicadas relacionadas a la gestión administrativa, incluso guardando relación con la gestión comercial, pero desde la perspectiva del servicio y la calidad. En el ámbito internacional encontramos autores que abordan la problemática en áreas productivas y en el sector pesquero. A continuación, se da detalles de estas investigaciones:

Crespo y Rivera (2017), en su investigación: “Organización y transformaciones de la pesca comercial ribereña en el Parque Nacional Bahía de Loreto (Baja California Sur, México), artículo publicado en la revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural del Centro de Estudios sobre la Despoblación y Desarrollo Rural, Zaragoza, España. En esta investigación se realizó un total de 50 entrevistas, muestra de un total de 409 pescadores riverenos del Municipio de Loreto, con el objetivo de revelar el cómo se desarrolla la organización de la actividad pesquera comercial, en cuanto a infraestructura de almacenamiento y flujos comerciales. Entre sus principales resultados y conclusiones, los autores encontraron que la principal razón de la debilidad de las cooperativas es la falta de organización y el tamaño de éstas, lo que genera un bajo nivel de competitividad, por lo que se recomienda que estas cooperativas se asocien para tramitar permisos de pesca, y acceder a programas de apoyo. Se indica que esta sociedad puede facilitar la captura de especies en retroceso a través de estrategias de manejo y que el trabajo organizado, puede provocar una producción uniformizada, tanto en procesamiento, almacenaje y distribución, para lograr una disminución de costes y establecer la política medioambiental en conjunto como valor agregado de su producción.

Lara (2017), en su investigación: “Impacto de la gestión administrativa sobre la eficiencia de la actividad pesquera artesanal – Cantón Manta”, artículo publicado en la

Universidad de Rioja, en su revista ECA Sinergia de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Esta investigación tuvo como objetivo demostrar que la gestión administrativa de los armadores influye en la eficiencia de la actividad pesquera artesanal de Cantón Manta – Manabí – Ecuador. Para esto se planteó una investigación no experimental, correlacional causal, donde se obtuvo como resultado que las variables en estudio presentaron correlación positiva muy fuerte a perfecta, y de la misma manera las dimensiones de la gestión administrativa con la eficiencia de la actividad. Los resultados de esta investigación, así como la metodología usada para encontrar la correlación entre las variables en estudio, serán referencia para realizar nuestro análisis en la presente investigación.

Prado (2016), en su tesis: “Gestión administrativa de la Unión Provincial de Cooperativas de pescadores (UPROCOOPES)”, para optar el grado de Magíster en Administración de Empresas, por la Dirección de Investigación y Postgrado, por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Esmeraldas, Ecuador. En esta investigación, desarrollada en el sector pesquero, se buscó determinar la situación actual de dicha asociación en cuanto a su gestión administrativa, llegando a concluir que UPROCOOPES al no contar con un plan de gestión administrativa se le dificultó la toma de decisiones. Así también que la falta de organización y desmotivación de los colaboradores, han sido factores que han dificultado el crecimiento de la asociación. Estos resultados nos invitan a considerar como criterios influyentes en la gestión administrativa los vinculados a organización y dirección, los cuales son señalados por algunos representantes de la administración moderna.

Así como en el ámbito internacional, en el nacional (peruano) también se encontró investigaciones que abordan las variables de interés de la presente, desarrolladas en Piura y Lima y enfocadas en el servicio y la producción. A continuación se detallan:

Uriarte y Harman (2017) en su investigación para optar el título de Ingeniero en Gestión Empresarial por la Universidad Nacional Agraria La Molina, titulada: “Diseño de un plan de Marketing para exportar conservas de anchoveta a Brasil. Caso: Pesquera Diamante S.A.”, esta investigación de enfoque cualitativa y de tipo descriptiva, estudió el posicionamiento, la rentabilidad y las ventas de 145 empresas pesqueras en Lima Metropolitana, a partir de una muestra de cuatro empresas con capacidad de exportar y que

en su momento exportaban conservas de anchoveta, con el objetivo de diseñar un plan de Marketing para que sea viable el desarrollo de la oferta comercial. Se aplicó a su muestra técnicas como entrevistas, y se encontró que el consumo de anchoveta en conservas se ha incrementado en los últimos años y que esto está vinculado a la disponibilidad de materia prima, concluyendo que los recursos peruanos del sector pesquero están siendo demandados por consumidores internos como externos y que es necesario el considerar procesos de calidad para su producción y comercialización y desarrollando y diversificando productos en el rubro de conservas, y para esto es importante una buena administración para que se pueda acceder de forma exitosa a mercados externos y lograr poner el valor las inversiones del Directorio y la propia empresa.

Villanueva (2013) en su investigación para optar el grado de Maestro en Contabilidad y Finanzas por la Universidad de San Martín de Porres, desarrollada en la provincia de Paita - Piura, enfocada en determinar los efectos del control interno en la gestión empresarial de las empresas pesqueras dedicadas a la exportación. En esta investigación se estudió a una población conformada por treinta y dos empresas pesqueras ubicadas en Paita, a partir de una muestra calculada por muestreo aleatorio simple de 30 empresas, de donde se consideró estudiar a tres funcionarios. Se aplicó un cuestionario, que a través de una encuesta se recolectó información, obteniendo como principales resultados que el 61% de los encuestados indicaron que en las empresas pesqueras se está alcanzando metas y objetivos vinculados al control y un 71% indicaron que el control se realiza de forma apropiada, a la vez se encontró que el 70% de las empresas elaboran planes operativos y que un 70% consideran que la gestión empresarial se muestra en un nivel apropiado. Mediante el uso de la prueba ji-cuadrada se demostró que mencionados factores si inciden sobre la gestión empresarial por lo que se concluyó que los efectos del control interno inciden de forma directa sobre la gestión empresarial de las pesqueras ubicadas en Paita – Piura.

Meléndez (2017), en su propuesta para implementar un sistema de gestión de calidad en una industria pesquera, tomando como base la norma ISO 9001:2015, buscó analizar la situación actual de la empresa en estudio, para alcanzar la mejora en la productividad, satisfacción del cliente interno y externo y garantizar la calidad de los productos. Se detectó diversos problemas administrativos en las áreas de la empresa que repercutían en la productividad de la organización, a la vez generaba que se trabaje de manera inadecuada,

por lo que el autor propuso que estos se manejen de la mejor manera, que se busque la estandarización del proceso productivo, para así cumplir con los requerimientos de los clientes. Así también, la implementación de un control documentario en el sistema de gestión de la calidad, buscar el compromiso de los trabajadores en sus funciones, a través de estrategias motivacionales y capacitarlos constantemente para mejorar sus conocimientos y el desempeño de las diferentes áreas. Con estas acciones el autor concluye, que de darse incrementará la productividad, dado a la buena organización y estandarización de las tareas, pues conlleva a una disminución del tiempo de las operaciones.

Gálvez y Palacios (2018), en su tesis de enfoque cualitativa, descriptiva y explicativa, titulada: Oportunidades comerciales en el mercado surcoreano para el desarrollo de las exportaciones del calamar gigante en Snack de las pesqueras exportadoras en Piura para el año 2018, tuvo como objetivo el determinar si existían oportunidades comerciales para la exportación de calamar gigante en snacks en el mercado surcoreano, para esto se estudió una muestra de expertos, de quienes se obtuvo que las condiciones climáticas del Perú permiten tener disponible en todo el año el calamar gigante que es de captura exclusiva por los pescadores artesanales y que para llegar a producir estos snacks es importante tener una buena gestión comercial, maquinarias idóneas para el proceso de este producto, así como la mano de obra especializada. Concluyendo que se debe realizar mejoras en las empresas exportadoras, en aspectos comerciales, dado a que el mercado es exigente, que alto consumo del producto en Corea del Sur puede sustentar las inversiones, sobretodo que el tamaño del mercado es grande para albergar un nuevo producto como el que se propone, por eso el desarrollo comercial debe contemplar buscar posicionar y transmitir la calidad del producto en los consumidores finales, teniendo como prioridad de inversión sobre la mano de obra calificada, una mejora en la gestión de las ventas y estrategias de marketing, y tener mejores canales de comunicación como con la Oficina Comercial en Corea del Sur (OCEX), como se suscita en otros países exportadores.

Li (2018), en su tesis: “Propuesta de implementación del manual de organización y funciones para mejorar la Gestión Administrativa en el ilustre colegio de Abogados de Piura”, para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas, por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, de la Universidad de Piura, Piura, Perú. Esta investigación tuvo como objetivo contribuir a la mejora continua y una mejora en la gestión

administrativa que se encontraban en niveles no óptimos y así facilitar los procedimientos organizacionales. Para esto, el autor, previamente evaluó las consecuencias de no tener un MOF, por lo que tras su elaboración se buscó implementar, para que las actividades del Colegio de Abogados se desarrollen de la mejor manera. Se logró evitar duplicidad de funciones, así como se establecieron de manera idónea mecanismos de coordinación.

Acosta (2015), en su tesis: “El control interno y su efecto en la gestión administrativa de la institución educativa privada La Perla del Chira – Sullana 2015”, para optar el título de Contador Público por la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Nacional de Piura, Provincia de Piura, Perú. Esta investigación tuvo como objetivo principal el determinar el efecto que el control interno tiene sobre la gestión administrativa. Entre sus principales resultados se encontró la deficiencia en el control interno y la organización, por lo que se concluyó que un bajo nivel en el control interno influye en la gestión administrativa, y se recomienda su mejora inmediata o implementación de un plan de mejora. Esta investigación centra su importancia en considerar como componentes de la gestión administrativa al control y a la organización, por lo que en la presente se tomará en cuenta para medir la gestión administrativa en la empresa en estudio.

Las investigaciones antes señaladas y la teoría, permitirá plantear definiciones y tener un panorama más claro para así elaborar mecanismos que nos permita conocer el comportamiento de la gestión administrativa y comercial y posteriormente establecer estrategias para solucionar problemas de manera más efectiva.

La gestión administrativa debe ser entendida como un proceso, responsabilizada por los gerentes, donde la coordinación y la supervisión de las actividades realizadas por los colaboradores se realizan con el fin de que se ejecuten con eficiencia y eficacia (Robbins y Coulter, 2018).

Este proceso, bajo el enfoque basado en funciones, se centra en cuatro funciones administrativas, que de acuerdo a las investigaciones previas a la primera, podrían señalarse como dimensiones o componentes de la gestión administrativa, de acuerdo a Robbins y Coulter (2018), se resumen en planear, organizar, dirigir y controlar, de esta manera se orientan los recursos y ejecutan acciones de manera más eficaz.

Cuando se habla de planeación, se refiere a la visión, misión y conjunto de objetivos establecidos por los gerentes, así como el conjunto de actividades y estrategias para alcanzarlos de forma lógica. En lo relacionado a organización, se refiere a lo que los gerentes determinan como tareas a realizar, los recursos, la respectiva delegación de funciones y señalar específicamente quienes toman las decisiones, con el único fin de alcanzar los objetivos trazados. En cuanto a la Dirección, esta se relaciona al como el gerente dirige, influye y motiva a sus colaboradores, para que éstos a su vez realicen tareas esenciales, incluso a resolver conflictos de equipo de trabajo. La última función, el control, es aquella función que asegura al gerente saber el cómo las actividades se están realizando y si éstas conducen a las metas establecidas (Robbins y Coulter, 2018).

La otra variable en estudio: la gestión comercial, puede entenderse como un conjunto de acciones que permite hacer conocer a nuestra organización al exterior, tomando como base objetivos definidos. Dicho de otra forma, es la que permite que nuestra empresa interactúe con el mercado. Ésta se vincula con la atención al cliente y la gestión de calidad, dentro de mercados actualmente saturados por la competitividad. (García, 2018).

La gestión comercial abarca desde el estudio de mercado hasta la venta del producto al cliente, enmarcando sus acciones en dos dimensiones planteadas por Carrasco y Rodríguez (2018): la gestión de servicios y gestión de mercadeo. Donde la gestión de servicios tiene los propósitos de mejorar la satisfacción del cliente, mejorar el posicionamiento de marca y de la eficacia de mercadeo. En cambio la gestión de mercadeo es aquel proceso donde se determina la forma de medir efectividad comercial.

Tomando como referencia, lo encontrado en los trabajos previos y la teoría publicada actualizada, se formularon las siguientes interrogantes o problemas de investigación:

En lo general:

¿De qué manera la gestión administrativa influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?

En lo específico:

- ¿De qué manera la planeación influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?
- ¿De qué manera la dirección influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?
- ¿De qué manera la organización influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?
- ¿De qué manera el control influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?
- ¿Qué características presenta la gestión administrativa en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?
- ¿Cómo es la gestión comercial en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?

Estas interrogantes, conllevan a investigar para encontrar información que nos permita conocer a fondo la problemática y a la vez determinar la influencia que tiene la gestión administrativa frente a la gestión comercial, de esta manera solucionar problemas relacionados a la gestión comercial a partir de programas o planes vinculados a la gestión administrativa o a las dimensiones de ésta.

En esta investigación, se obtendrán resultados de relevancia social, pues éstos permitirán asentar las bases para mejorar el nivel de gestión comercial en las organizaciones de los diferentes sectores económicos propulsores de la economía, a partir de la mejora de la gestión administrativa, ya sea a través de cambios internos en la organización u otros mecanismos; permitiendo así su vigencia en su sector y lograr un crecimiento sostenible.

Así también, implicancias prácticas, pues los resultados de la presente investigación permitirán que los problemas vinculados con la gestión comercial se minimicen a partir de la buena práctica con la gestión administrativa, a través de procedimientos detallados, por función, para realizar una diagnosis dentro de una organización y detectar anomalías a tiempo dentro de los procesos para su inmediata intervención. Complementariamente, se

tendrá una justificación económica, pues el generar una mejora en la gestión comercial, permitirá a la organización, alcanzar mejores niveles de su servicio frente a sus clientes y elevar su reputación internacional, generando mayor volumen de requerimiento del mercado externo.

Por lo señalado, esta investigación tiene como objetivo principal:

Determinar la influencia de la gestión administrativa en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C de Paita en el año 2019.

Así mismo, de manera específica:

- Identificar como la planeación influye en la gestión comercial de PRODUMAR.
- Conocer como la dirección influye en la gestión comercial de PRODUMAR.
- Establecer como la organización influye en la gestión comercial de PRODUMAR.
- Determinar como el control influye en la gestión comercial de PRODUMAR.
- Describir las características de la gestión administrativa en la empresa PRODUMAR.
- Identificar el nivel de gestión comercial en la empresa PRODUMAR.

Si bien es cierto, las investigaciones antecedentes a la presente, indican que las dimensiones señaladas guardan relación, no se ha podido determinar que tanto en el contexto de una empresa exportadora se puede dar, asumiendo en primera instancia el supuesto general de que:

Existe influencia significativa de la gestión administrativa sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.

Y como hipótesis específicas lo siguiente:

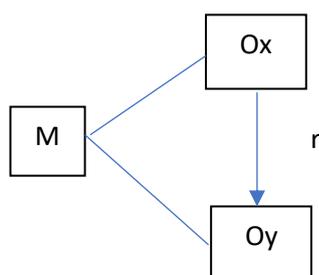
- Existe influencia significativa de la planeación sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.
- Existe influencia significativa de la dirección sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.
- Existe influencia significativa de la organización sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.
- Existe influencia significativa del control sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.
- La gestión administrativa en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, muestra un nivel medio.
- La gestión comercial en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, muestra un nivel medio.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental - transversal y de tipo correlacional causal, debido a que se estudiará el grado de influencia de la gestión administrativa y sus dimensiones sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C.

La representación gráfica es de la siguiente forma:



Donde:

M: Trabajadores de la Empresa Proveedora de Productos Marinos S.A.C.

Ox: Gestión administrativa.

Oy: Gestión comercial.

r: Relación entre las variables.

### 2.2. Operacionalización de variables

#### 2.2.1. Variables.

##### **Variable 1: Gestión administrativa.**

Proceso, donde la coordinación y la supervisión de las actividades realizadas por los colaboradores se realizan con el fin de que se ejecuten con eficiencia y eficacia (Robbins y Coulter, 2017).

##### **Variable 2: Gestión comercial.**

Conjunto de acciones que permite hacer conocer a nuestra organización al exterior, tomando como base objetivos definidos (García, 2018).

### 2.2.2. Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPT.	DIMENS.	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	Escala
Gestión administrativa (independiente)	Conjunto de acciones, como supervisión y coordinación que se llevan a cabo para alcanzar el cumplimiento de lo que se espera con la mayor eficiencia y eficacia. (Robbins y Coulter, 2017).	<b>Planeación</b>	Esta dimensión buscará medir el nivel de comunicación de la empresa sobre el contenido de su plan estratégico hacia sus colaboradores. Así también el cuánto es el nivel de participación en la formulación del plan de las diferentes áreas. Estos enunciados serán medidos haciendo uso de una escala tipo Likert a través de un cuestionario que se aplicará con la técnica de la encuesta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de socialización del plan</li> <li>• Nivel de participación en la formulación del plan</li> </ul>	Ordinal
		<b>Organización</b>	Se busca medir que tan organizada está la empresa, a través de que tanto las funciones de cada colaborador se encuentran correctamente asignadas y si las acciones realizadas se orientan hacia los objetivos. Así también si se trabaja en equipo y existe coordinación constante del equipo con la jefatura. Estos enunciados se medirán con una escala tipo Likert a través de un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinergia laboral</li> <li>• Funcionalidad de las áreas</li> </ul>	
		<b>Dirección</b>	Mide el nivel de motivación para el logro de objetivos organizacionales, así como el manejo de conflictos dentro de un área que pueden suscitarse en búsqueda de resultados. Estos enunciados se medirán haciendo uso de escala de Likert.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de motivación</li> <li>• Manejo de conflictos</li> </ul>	
		<b>Control</b>	Mide el nivel de control dentro de la organización, a través de mecanismos que permiten conocer el avance en actividades establecidas. Al encontrarse problemas de retrasos, se rediseña los procesos y se vuelve encaminar hacia los objetivos. Estos enunciados se medirán haciendo uso de escala tipo Likert.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación de resultados</li> <li>• Retroalimentación</li> </ul>	
Gestión comercial (dependiente)	Conjunto de acciones que permite hacer conocer a nuestra organización al exterior, tomando como base objetivos definidos (García, 2018)	<b>Gestión de servicio</b>	Se medirá el nivel de gestión de servicio de la empresa, a través de un cuestionario con enunciados que evaluarán mediante una escala tipo Likert, el cumplimiento de lo ofrecido, la capacidad de respuesta que tienen los integrantes hacia los clientes, así como el nivel de uso de TICS, la seguridad de recibir lo que el cliente espera y la empatía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Elementos tangibles</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> </ul>	Ordinal
		<b>Gestión de mercado</b>	Se medirá la gestión de mercado, que refiere al nivel de que una empresa identifica sus oportunidades en el mercado y el cómo ésta se adapta a los cambios de la globalización. Será medido a través de un cuestionario con enunciados que obtendrán una calificación en escala tipo Likert.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de oportunidades</li> <li>• Adaptación a los cambios</li> </ul>	

## **2.3. Población, muestra y muestreo**

### **2.3.1. Población.**

Es el conjunto de individuos, animales u objetos que poseen características en común y que se ajustan al interés de una investigación (Hernández y Mendoza, 2018)

En la presente investigación se estudiarán a los trabajadores administrativos de la empresa PRODUMAR S.A.C., que alcanzan la cifra de 36 trabajadores.

### **2.3.2. Muestra.**

Debido a que el tamaño población es pequeño, y existiendo facilidad de poder recolectar información se procederá con realizar un estudio censal. Por lo que se estudiará a los 36 trabajadores de las áreas administrativas involucradas con la gestión comercial.

### **2.3.3. Muestreo.**

Es la técnica estadística a aplicar en investigaciones con el fin de obtener un tamaño representativo de la población (Soto, 2018).

Dada a las características de estudio, se hará uso del muestreo censal, pues se procederá a estudiar a todos los elementos que conforman a la población.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1. Técnicas.**

**Encuesta:** En la presente investigación se hará uso de la técnica de la encuesta, la cual se desarrollará en la empresa PRODUMAR S.A.C. Los instrumentos a utilizar se aplicarán de forma anónima.

#### 2.4.2. Instrumentos.

##### **Cuestionarios:**

Se hizo uso de dos cuestionarios, los cuales fueron validados y presentan consistencia interna, determinado por el coeficiente de Alfa de Cronbach.

#### 2.4.3. Validación

Para determinar la validez de los instrumentos de la presente investigación se hizo uso del juicio de tres expertos, quienes evaluaron cada uno de los instrumentos que fueron aplicados.

#### 2.4.4. Confiabilidad

De acuerdo a las características de la presente investigación se hizo uso del coeficiente de Alpha de Cronbach, cuyos coeficientes – para cada instrumento – superaron el umbral del 0,7 lo cual indica que ambos instrumentos tienen consistencia interna.

**Tabla 1. Alpha de Cronbach para el instrumento de Gestión Administrativa.**

##### **Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,932	16

Fuente: Elaboración con base de datos de estudio piloto.

**Tabla 2. Alpha de Cronbach para el instrumento de Gestión Comercial.**

##### **Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,941	14

Fuente: Elaboración con base de datos de estudio piloto.

## **2.5. Procedimiento**

Se aplicarán los cuestionarios a todos los trabajadores administrativos pertenecientes a las áreas involucradas en procesos de comercialización como: el área de calidad, área de producción, área de operaciones de comercio exterior, área de embarques y logística, finanzas y tesorería. Estos instrumentos serán aplicados de forma anónima y serán auto aplicables, con soporte inmediato en el caso de que el encuestado tenga alguna consulta.

## **2.6. Métodos de análisis de datos**

Para estudiar la gestión administrativa y la comercial, en los colaboradores de PRODUMAR S.A.C. se hará un análisis estadístico a nivel descriptivo e inferencial. Cuando se trabaje a nivel descriptivo se hará uso de tablas y gráficos estadísticos, para conocer el comportamiento de cada una de las variables de estudio.

Antes de determinar nuestro objetivo principal, se evaluará el supuesto de normalidad en ambas variables estudiadas, con la finalidad de saber si procede el uso de una prueba paramétrica. Para esto se aplicó el coeficiente de Kolmogorov Smirnov debido a que el tamaño de la muestra en estudio fue de 36 colaboradores.

Se procedió a aplicar el coeficiente de Rho de Spearman para determinar si entre las variables de estudio existe o no correlación significativa. (Flores-Ruiz et al., 2017)

## **2.7. Aspectos éticos**

Para esta investigación se considera la ética dentro de todas sus etapas, sobretodo en la de recolección de información y tratamiento de la misma. Se solicitará a la empresa en investigación la autorización para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, los cuales se aplicarán de forma anónima.

Así también, toda la información que se considerará en la presente investigación, tanto en los capítulos de introducción como en otros, serán citadas por sus autores originales con el propósito de respetar la autoría intelectual, haciendo uso de las directrices de la American Psychological Association (APA).

### III. RESULTADOS

**Objetivo específico 1:** Identificar como la planeación influye en la gestión comercial de PRODUMAR S.A.C.

Tabla 3. *Análisis de correlación entre la planeación y la gestión comercial.*

			Planificación	Gestión Comercial
Rho de Spearman	Planificación	Coefficiente de correlación	1,000	,737**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Gestión Comercial	Coefficiente de correlación	,737**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

#### Comprobación de hipótesis:

**Hipótesis específica 1:** Existe influencia significativa de la planeación sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.

Tabla 4. *Análisis de influencia entre la planeación y la gestión comercial.*

Coeficientes <sup>a</sup>						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
		B	Error típ.	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	17,476	4,766		3,667	,001
	Planificación	2,423	,302	,809	8,031	,000

a. Variable dependiente: Gestión Comercial

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

#### Interpretación:

En la tabla 3, los resultados (Rho de Spearman: 0,737 y de p: 0,000) señalan que existe correlación significativa y que la relación entre las variables es positiva considerable. En la tabla 4, debido a que  $p: 0,000 < 0,05$ , se concluye que si existe influencia significativa entre la dimensión planeación sobre la gestión comercial

**Objetivo específico 2:** Conocer como la dirección influye en la gestión comercial de PRODUMAR.

Tabla 5. *Análisis de correlación entre la dirección y la gestión comercial.*

			Dirección	Gestión Comercial
Rho de Spearman	Dirección	Coefficiente de correlación	1,000	,751**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Gestión Comercial	Coefficiente de correlación	,751**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Comprobación de hipótesis:

**Hipótesis específica 2:** Existe influencia significativa de la dirección sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.

Tabla 6. *Análisis de influencia entre la dirección y la gestión comercial.*

Coeficientes <sup>a</sup>						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
		B	Error típ.	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	28,448	4,278		6,649	,000
	Dirección	2,002	,312	,741	6,426	,000

a. Variable dependiente: Gestión Comercial

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Interpretación:

En la tabla 5, se exponen los resultados (Rho de Spearman: 0,751 y de p: 0,000) del análisis de correlación entre la dirección y la gestión comercial. Con lo que se infiere que existe correlación significativa y que la relación entre las variables de estudio es positiva considerable. En la tabla 6, dado a que  $p=0,000 < 0,05$  se concluye que si existe influencia significativa de la dimensión dirección sobre la gestión comercial.

**Objetivo específico 3:** Establecer como la organización influye en la gestión comercial de PRODUMAR.

Tabla 7. *Análisis de correlación entre la organización y la gestión comercial.*

			Organización	Gestión Comercial
Rho de Spearman	Organización	Coefficiente de correlación	1,000	,841**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Gestión Comercial	Coefficiente de correlación	,841**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Comprobación de hipótesis:

**Hipótesis específica 3:** Existe influencia significativa de la organización sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.

Tabla 8. *Análisis de influencia entre la organización y la gestión comercial.*

		Coeficientes <sup>a</sup>				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
Modelo		B	Error típ.	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	16,217	4,113		3,943	,000
	Organización	2,609	,271	,856	9,634	,000

a. Variable dependiente: Gestión Comercial

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Interpretación:

En la tabla 7, los resultados (Rho de Spearman de 0,841 y de  $p=0,000$ ) indican que existe correlación significativa entre las variables de estudio y que esta es positiva muy fuerte.

En la tabla 8, se encontró que si existe influencia significativa de la dimensión organización sobre la gestión comercial, debido a que  $p=0,000 < 0,05$ .

**Objetivo específico 4:** Determinar como el control influye en la gestión comercial de PRODUMAR.

Tabla 9. *Análisis de correlación entre el control y la gestión comercial.*

			Control	Gestión Comercial
Rho de Spearman	Control	Coefficiente de correlación	1,000	,675**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Gestión Comercial	Coefficiente de correlación	,675**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Comprobación de hipótesis:

**Hipótesis específica 4:** Existe influencia significativa del control sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.

Tabla 10. *Análisis de influencia entre el control y la gestión comercial*

Coeficientes <sup>a</sup>						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	20,426	5,784		3,531	,001
	Control	2,386	,392	,722	6,083	,000

a. Variable dependiente: Gestión Comercial

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Interpretación:

En la tabla 9, dado a los valores del coeficiente de Rho de Spearman de 0,675 y de  $p=0,000$ , se infiere que existe correlación significativa y que la relación entre las variables de estudio es positiva considerable. En la tabla 10, debido a que  $p=0,000 < 0,05$ , se concluye que si existe influencia significativa entre el control y gestión comercial.

**Objetivo general:** Determinar la influencia de la gestión administrativa en la gestión comercial de PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019.

Tabla 11. *Análisis de correlación entre la gestión administrativa y la gestión comercial.*

			Gestión Administrativa	Gestión Comercial
Rho de Spearman	Gestión Administrativa	Coefficiente de correlación	1,000	,854**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	Gestión Comercial	Coefficiente de correlación	,854**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Comprobación de hipótesis:

**Hipótesis general:** Existe influencia significativa de la gestión administrativa sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.

Tabla 12. *Análisis de influencia entre la gestión administrativa y la gestión comercial*

		Coeficientes <sup>a</sup>				
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
Modelo		B	Error típ.	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	10,984	3,939		2,788	,009
	Gestión Administrativa	,759	,067	,890	11,373	,000

a. Variable dependiente: Gestión Comercial

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Interpretación:

En la tabla 11, dado a los valores del coeficiente de Rho de Spearman de 0,854 y de  $p=0,000$ , se infiere que existe correlación significativa y que la relación entre las variables de estudio es positiva muy fuerte. En la tabla 12, encontramos que si existe influencia significativa de la gestión administrativa sobre la gestión comercial, debido a que la prueba t toma un valor  $p=0,000$  menor del 0,05.

**Objetivo específico 5:** Describir las características de la gestión administrativa en la empresa PRODUMAR

**Objetivo específico 6:** Identificar el nivel de gestión comercial en la empresa PRODUMAR

Tabla 13. Gestión administrativa y gestión comercial por niveles.

		Frecuencia	Porcentaje
Gestión Administrativa	Alto	12	33,3
	Bajo Medio	5	13,9
	Medio	11	30,6
	Medio Alto	8	22,2
	Total	36	100,0
Gestión Comercial	Alto	18	50,0
	Bajo Medio	3	8,3
	Medio	8	22,2
	Medio Alto	7	19,4
	Total	36	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### **Interpretación:**

El 33,3% de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que la gestión administrativa se encuentra en un nivel alto, un 22% en un nivel medio alto, un 30,6% en un nivel medio y un 13,9% en un nivel bajo medio.

Así también, el 50% de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que la gestión comercial se encuentra en un nivel alto, un 19,4% en un nivel medio alto, un 22,2% en un nivel medio y un 8,3% en un nivel bajo medio.

#### IV. DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación, tras ser contrastados con los resultados obtenidos por los diferentes autores señalados como antecedentes, mostraron concordancia y en algunos casos situaciones similares en cuanto al comportamiento de nuestras variables de interés: gestión administrativa y gestión comercial.

En referencia al **primer objetivo específico**, identificar como la planeación influye en la gestión comercial de PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019, se encontró que Prado (2016), al realizar un análisis sobre la situación de la Unión Provincial de Cooperativas de pescadores (UPROCOOPES), identificó la falta de un plan de gestión administrativa que dificulta la toma de decisiones, considerando este factor como influyente en la administración moderna.

Así también, Uriarte y Harman (2017), encontraron información coincidente con la presente investigación, ellos desarrollaron su investigación en la empresa Pesquera Diamante S.A., donde identificaron la necesidad de un plan de marketing, o dicho de otra forma un plan de gestión de comercialización de anchoveta. Los autores consideraron que este plan considere procesos de calidad para la producción y diversificación de productos en el rubro de conservas, para lograr así una mejora en la comercialización de su producción.

En la presente investigación, se contrastó la **hipótesis específica 1**, que buscaba determinar si la planeación influye sobre la gestión comercial de PRODUMAR es significativa. A través de un análisis estadístico, con la correlación de Spearman, donde el coeficiente Rho Spearman alcanzó un valor de 0,737, lo que significaba que existe una correlación positiva considerada entre la planeación y la gestión comercial, así mismo el valor de significancia  $p = 0,000$  por la prueba t de Student es inferior al valor 0,05 (fijado como crítico para representar relación significativa) y con lo señalado por Prado (2016) y Uriarte y Harman (2017) es sus investigaciones, se acepta la hipótesis específica 1 que indica la planeación influye significativamente sobre la gestión comercial.

En referencia al **segundo objetivo específico**, identificar como la dirección influye en la gestión comercial de PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019, se encontró que Melendez

(2017), al elaborar una propuesta para implementar un sistema de gestión de la calidad en una industria pesquera, basándose en la norma ISO 9001:2015, consideró necesario el buen manejo de los problemas administrativos encontrados en las áreas pues repercutían en la productividad de la organización, así también que se debe buscar el compromiso de los trabajadores, establecer estrategias motivacionales, que el nivel de cumplimiento de las funciones de los trabajadores se dé y que las capacitaciones sean constantes. Con estas acciones, el autor señaló que se incrementaría la productividad de forma significativa.

En la presente investigación, se contrastó la **hipótesis específica 2**, que buscaba determinar si la dirección influía significativamente sobre gestión comercial de PRODUMAR. A través de un análisis estadístico, con la correlación de Spearman, donde el coeficiente Rho Spearman alcanzó un valor de 0,751, lo que significaba que existe una correlación positiva considerada entre la dirección y la gestión comercial, así mismo el valor de significancia  $p = 0,000$ , obtenido a partir de la prueba t de Student, es inferior al valor 0,05 (fijado como crítico para representar relación significativa) y con lo señalado por Melendez (2017) es su investigación, se acepta la hipótesis específica 2 que indica que la dirección influye significativamente sobre la gestión comercial.

En referencia al **tercer objetivo específico**, identificar como la organización influye en la gestión comercial de PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019, se encontró que Crespo y Rivera (2017), en su artículo publicado en una revista de España, que en las empresas rivereñas de actividad pesquera, carecían de organización, y que esto provocaba un bajo nivel de competitividad, dado a que sus actividades comerciales se realizaban de forma no uniformizada provocando altos costes en almacenaje y distribución, por lo que el autor recomendó la organización de los pescadores rivereños.

Así también, Prado (2016), encontró en la Unión Provincial de Cooperativas de Pescadores, en Ecuador, que estas empresas carecían de organización, lo que ha provocado el estancamiento del crecimiento de la sociedad. Por lo que el autor recomendó considerar como criterios influyentes: la organización y la dirección, para alcanzar un buen nivel en la toma de decisiones.

En la presente investigación, se contrastó la **hipótesis específica 3**, que buscaba determinar si la organización influye sobre la gestión comercial de PRODUMAR es significativa. A través de un análisis estadístico, con la correlación de Spearman, donde el coeficiente Rho Spearman alcanzó un valor de 0,841, lo que significaba que existe una correlación positiva muy fuerte entre la organización y la gestión comercial, así mismo el valor de significancia  $p = 0,000$  por la prueba t de Student es inferior al valor 0,05 (fijado como crítico para representar relación significativa) y con lo señalado por Crespo y Rivera (2017) y Prado (2016) es sus investigaciones, se acepta la hipótesis específica 3 que indica que la organización influye significativamente sobre la gestión comercial.

En referencia al **cuarto objetivo específico**, identificar como el control influye en la gestión comercial de PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019, se encontró que Melendez (2017), al analizar la situación de la empresa evaluada en su investigación, encontró que la falta de control en los procesos, para alcanzar la estandarización de sus procesos productivos, así como la falta de control documentario, aleja la mejora de la productividad, satisfacción del cliente interno y externo, así como el garantizar la calidad de los productos.

Así también, Villanueva (2013), en su investigación a nivel de posgrado, encontró que el control interno repercutía en la gestión empresarial de las empresas dedicadas a la exportación de productos pesqueros, pues en su estudio, el 71% de las empresas estudiadas consideraban dentro de sus procesos un exhaustivo control y estas empresas mostraban un buen nivel de gestión empresarial. Esto generó que el autor indicase que el control interno incide de forma directa sobre la gestión empresarial de las empresas ubicadas en Paita, Piura.

En la presente investigación, se contrastó la **hipótesis específica 4**, que buscaba determinar si el control influye sobre la gestión comercial de PRODUMAR es significativa. A través de un análisis estadístico, con la correlación de Spearman, donde el coeficiente Rho Spearman alcanzó un valor de 0,675, lo que significaba que existe una correlación positiva considerada entre el control y la gestión comercial, así mismo el valor de significancia  $p = 0,000$  por la prueba t de Student es inferior al valor 0,05 (fijado como crítico para representar relación significativa) y con lo señalado por Melendez (2017) y Villanueva (2013) es sus investigaciones, se acepta la hipótesis específica 4 que indica que el control influye significativamente sobre la gestión comercial.

En referencia al **quinto objetivo específico**, describir las características de la gestión administrativa de PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019, se encontró que Acosta (2015), al analizar la situación de la empresa evaluada en su investigación, se encontró que el nivel encontrado de la gestión administrativa era baja, debido a un bajo nivel de control y de organización.

Así también, Li (2018), en su investigación de licenciatura desarrollada en la ciudad de Piura, encontró que la organización repercute en la gestión administrativa, y que el nivel encontrado en la gestión administrativa no alcanzaba los niveles exigidos por la alta gerencia. Tras evaluación, esto era por una duplicidad de funciones, lo cual se logró contrarrestar con mecanismos de coordinación entre los colaboradores.

En la presente investigación, se contrastó la **hipótesis específica 5**, que indicaba que la gestión administrativa de PRODUMAR muestra un nivel medio. A través de un análisis estadístico, de tipo descriptivo, se encontró que el 44,5% de los colaboradores consideran que la gestión administrativa se encuentra en un nivel medio a inferior. Esto refleja que se puede aceptar la hipótesis específica 5 la que indica que el nivel de gestión administrativa se encuentra en un nivel medio y a la vez que el control y la organización son vitales para una mejora en la gestión administrativa debido a que permitirán evaluar constantemente si las actividades en búsqueda de los objetivos organizacionales se están realizando de forma esperada y si los responsables han sido designados adecuados de forma correcta.

En referencia al **sexto objetivo específico**, identificar el nivel de gestión comercial en PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019, se encontró que Gálvez y Palacios (2018), al determinar si existían oportunidades en el mercado surcoreano, encontraron que el nivel de gestión comercial en las pesqueras exportadoras Piuranas no se encuentran en nivel óptimo para responder la alta demanda en cuanto a calamar gigante del país asiático, por lo que recomendaron mejorar la gestión comercial, específicamente en la gestión de marketing, ventas y comunicación.

En la presente investigación, se contrastó la **hipótesis específica 6**, que indicaba que la gestión comercial en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, muestra un nivel medio. A través de un análisis estadístico descriptivo, se encontró que el 30,5% de colaboradores

consideran que la empresa presenta un nivel medio a inferior. Con lo que se acepta la hipótesis planteada, resaltando la importancia de mejorar la gestión comercial en PRODUMAR SAC para aprovechar las oportunidades que el mercado extranjero brinda.

En referencia al **objetivo general**, identificar como la gestión administrativa influye en la gestión comercial de PRODUMAR SAC de Paita en el año 2019, se encontró que Lara (2017), al estudiar a la gestión administrativa y como ésta influye en las actividades comerciales de los pescadores de Cantón Manta, Ecuador. El autor, encontró una muy fuerte correlación entre las variables de estudio.

Así mismo, Gálvez y Palacios (2018), encontró que existían oportunidades en el mercado Surcoreano para exportar calamar gigante en forma de snaks, pero para eso era necesario tener una buena gestión administrativa, para encaminar buenas estrategias en búsqueda del posicionamiento de marca, encontrar el personal idóneo para obtener un producto de calidad, buscar conexiones para comunicarse con oficinas de comercio exterior en Corea y poder gestionar mejor las ventas y estrategias de marketing, así como lo venían realizando otros países que introdujeron sus productos en Corea del Sur.

En la presente investigación, se contrastó la **hipótesis general**, que buscaba determinar si el control influye sobre la gestión comercial de PRODUMAR es significativa. A través de un análisis estadístico, con la correlación de Spearman, donde el coeficiente Rho Spearman alcanzó un valor de 0,854, lo que significaba que existe una correlación positiva muy fuerte entre la gestión administrativa y la gestión comercial, así mismo el valor de significancia  $p = 0,000$  por la prueba t de Student es inferior al valor 0,05 (fijado como crítico para representar relación significativa) y con lo señalado por Lara (2017) y Gálvez y Palacios (2018) es sus investigaciones, se acepta la hipótesis general que indica que la gestión administrativa influye significativamente sobre la gestión comercial.

## V. CONCLUSIONES

1. Tras el análisis realizado, mediante la prueba de hipótesis de Spearman, se concluye que existe relación significativa entre la gestión administrativa y la comercial. A la vez, haciendo uso de la prueba t, se concluye que la gestión administrativa influye de manera significativa en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR, de la provincia de Paita en el 2019.
2. Se concluye que la planeación, influye significativamente en la gestión comercial en la empresa PRODUMAR, esto debido a que el valor de t presenta un valor de significancia menor del valor crítico; a la vez, esta dimensión y la variable gestión comercial presentan una correlación significativa y positiva considerada según la prueba de hipótesis de correlación de Spearman y el coeficiente de Rho de Spearman.
3. La dirección influye significativamente sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR, esto se determinó debido al valor de significancia de la prueba t obtenida fue menor al valor crítico para considerar esta influencia. La dirección se muestra correlacionada de forma significativa con la gestión comercial, esto corroborado según la prueba de hipótesis de correlación.
4. Se concluye que la organización influye significativamente sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR de la ciudad de Paita, pues su valor de significancia fue menor al crítico fijado. A la vez, la dimensión organización guarda correlación con la gestión comercial de manera significativa según el valor de significancia obtenida mediante la prueba de correlación de Spearman.
5. Se concluye que el control influye significativamente sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR de Paita, conclusión alcanzada a través de la prueba t. A la vez esta dimensión muestra correlación con la gestión comercial, a través de la prueba de hipótesis de correlación de Spearman.
6. La gestión administrativa en la empresa PRODUMAR, muestra un nivel alto, según el 33,3% de los colaboradores, un 22% la consideraron en un nivel medio alto, un 30,6% en un nivel medio y un 13,9% en un nivel bajo medio.
7. La gestión comercial se muestra en un nivel alto en el 50% de los colaboradores evaluados, un 19,4% consideró la gestión comercial en un nivel medio alto, un 22,2% en un nivel medio y un 8,3% en un nivel bajo medio.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Para futuras investigaciones, con las variables estudiadas en la presente investigación, se recomienda considerar analizar a nivel de indicadores, con la finalidad de poder hacer comparación más detallada de lo que pueda suscitarse en diferentes contextos.
2. Al encontrarse relación entre la planeación y la gestión comercial, se recomienda que exista una comunicación constante y clara sobre el plan estratégico y operativo de la Empresa en todas las áreas, así también considerar que en su elaboración puedan participar representantes que conozcan las deficiencias y limitaciones que se suscitan en la gestión comercial.
3. Se recomienda que en pro de que la organización pueda mejorar su nivel, las actividades dentro de la empresa sea promovido por las jefaturas y que cada una de éstas sean coordinadas y vinculadas con claridad a los objetivos organizacionales, para que los colaboradores sean conscientes del aporte de sus actividades. Así mismo, es importante que las jefaturas designen a personas, considerando su perfil técnico y profesional, las diversas actividades de tipo comercial.
4. Se recomienda que en las áreas y en la organización existan políticas de reconocimiento por el buen desempeño de sus colaboradores, considerando su nivel de cumplimiento de metas establecidas por las jefaturas. Así también que los conflictos se resuelvan internamente y que la jefatura sea partícipe, cuando ésta se trata de asuntos estrictamente vinculados al cumplimiento de metas.
5. Se recomienda que las actividades que se desarrollan dentro de la organización sean seguidas continuamente para verificar su alcance de avance, incluso que éstas no se desvíen de lo planeado por la institución. Así mismo, considerar evaluar los procesos para prevenir duplicidades y disminuir así costes en actividades vinculadas a la gestión comercial.

## VII. LINEAMIENTO

### Nombre del lineamiento:

Taller para la mejora del nivel de motivación y de reconocimiento laboral en la empresa PRODUMAR S.A.C.

### Descripción:

El recurso humano es muy importante en toda organización, pues permite alcanzar los objetivos trazados y generar valor agregado a los productos o servicios. Esto motiva a formular soluciones cuando el personal muestra desinterés, desmotivación o una actitud adversa que dificulte el trabajo organizacional.

En PRODUMAR S.A.C, a partir de la presente investigación, se encontró que los niveles de gestión administrativa son aceptables, no obstante en la dimensión Dirección, se encontró que un buen porcentaje de colaboradores señalaban que ésta se encontraba en un nivel bajo, puesto que el 33,3% consideraron que se encontraba en un nivel bajo y bajo medio (Ver tabla 7.1)

Tabla 7.1. Nivel de la dirección en la empresa PRODUMAR.

		Dirección			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	7	19,4	19,4	19,4
	Bajo	4	11,1	11,1	30,6
	Bajo Medio	8	22,2	22,2	52,8
	Medio	9	25,0	25,0	77,8
	Medio Alto	8	22,2	22,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

De una manera más detallada, se podría indicar que las razones que generaron estos resultados fue que el 19% de los colaboradores no percibían

motivación por parte de sus jefes y existía una falta de reconocimiento por las acciones realizadas en pro del cumplimiento del Plan Estratégico (Ver Tabla 7.2).

Tabla 7.2. Análisis de la dirección en la empresa PRODUMAR según número de ítems.

Nro Ítem	Dimensión 3: Dirección Descripción del Ítem	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
9	El jefe motiva al personal para alcanzar los objetivos trazados.	7	19%	3	8%	9	25%	11	31%	6	17%
10	Por cada meta alcanzada en el área existe un reconocimiento por la jefatura.	2	6%	11	31%	8	22%	11	31%	4	11%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

Debido a lo señalado y a la recomendación 3 detallada en el capítulo VI y a las estrategias planteadas tras el análisis FODA, se describen la necesidad de tomar acción sobre la motivación y reconocimiento hacia los colaboradores, para mantener en la empresa el personal calificado, considerando para ello que la concientización y la puesta en marcha de acciones a través de las jefaturas son vitales. Por esto, se formula esta propuesta para alcanzar una mejora en el nivel de motivación y de reconocimiento laboral en la empresa PRODUMAR S.A., a partir de la facilitación de estrategias motivacionales y de reconocimiento laboral a las jefaturas de todas sus áreas, para mejorar de esta forma el nivel motivacional de los colaboradores, sobre todo de aquellos que están alcanzando los objetivos plasmados en el Plan Estratégico 2019.

Esta propuesta, buscará beneficiar a los colaboradores de la empresa porque generará mejores ambientes para laburar; y a las diferentes jefaturas, que les permitirá manejar sus equipos de trabajo en mejor nivel. Ésta se justifica en que toda organización que desea obtener una buena productividad y un buen nivel de su gestión comercial requiere una buena gestión administrativa.

## Análisis FODA

<p>F. Internos</p> <p>F. Externos</p>	<p><b>Fortalezas:</b>  F1: Sistemas de gestión, Calidad, seguridad, respeto al medio ambiente.  F2: Matriz Profand (soporte económico)  F3: Planilla de profesionales  F4: Certificaciones de gestión de calidad  F5: Ubicación geográfica (cerca de la materia prima)</p>	<p><b>Debilidades:</b>  D1: Alta rotación de personal obrero  D2: Alta rotación de personal profesional  D3: Capacidad de congelamiento limitada.  D4: Capacidad de almacenamiento de producto terminado limitado.</p>
<p><b>Amenazas:</b>  A1: Factor climatológico (Fenómeno del niño)  A2: Contrabando. (Contaminación del producto)  A3: Fiscalización de Entidades (aplicación de manera erradas de las normas Produce, Sanipes)  A4: Alta demanda por profesionales calificados en el mercado</p>	<p><b>Estrategias FA:</b>  A3 y F2: Contratación de auditoría externa de prevención para la detección de desviaciones en el cumplimiento de normas.  <b>A4 y F3: Mejora de las condiciones laborales en PRODUMAR para generar satisfacción del cliente interno.</b></p>	<p><b>Estrategias DA:</b>  D4 y A1: Salvaguardar la producción en stock para hacer frente a problemas climatológicos.  <b>D2 y A4: Establecer políticas para cuidar el personal calificado, estableciéndoles mejores condiciones para laburar.</b></p>
<p><b>Oportunidades:</b>  O1: Investigación y desarrollo de Nuevos productos.  O2: Importaciones  O3: Apertura de nuevos mercados.  O4: Tratados de libre comercio.</p>	<p><b>Estrategias FO:</b>  F2 y O1: Investigar sobre nuevos productos que el mercado requiere y hacer pruebas de producto.  F1 y O3: Búsqueda de nuevos clientes que deseen productos obtenidos con el cuidado medioambiental ideal.</p>	<p><b>Estrategias DO:</b>  O3 y D3: Buscar nuevos mercados y a partir de ello establecer contratos para invertir en la ampliación de la calidad de congelamiento.  O4 y D4: Participar del TLC e incrementar la capacidad de almacenamiento del producto terminado para responder necesidades en temporadas difíciles por clima.</p>

## **Implementación**

- Se tomará la información recolectada para realizar un informe a Gerencia sobre el nivel de la Dirección en PRODUMAR S.A.C.
- Se llevará a cabo la presentación de la propuesta al Gerente de la empresa que está encargado del desarrollo de políticas administrativas en la empresa PRODUMAR S.A.C. y alcanzarle los beneficios que conlleva su aplicación.
- Se debe asignar un responsable de la ejecución de la programación y desarrollo de las estrategias de motivación y reconocimiento.
- Se contratará un especialista para transmitir la importancia del reconocimiento interno y la motivación laboral de los colaboradores.
- Por medio de talleres se formularán estrategias que estén al alcance de las jefaturas y en el aspecto económico, así también se alcanzarán propuestas de estrategias para lograr una mejora en la motivación y reconocimiento.
- Se identificará a los colaboradores que presentan mejor rendimiento laboral, y que merecen ser reconocidos de forma inmediata por su jefatura directa.

## Recursos y presupuesto.

### Recursos

#### Coordinador:

Tume Correa, Rosita Inés.

### Recursos materiales y servicios.

Descripción	Unidad	Costo unitario S/.	Cantidad	Monto parcial S/.	Monto total S/.
<b>Materiales de oficina</b>					<b>S/. 15.00</b>
Papelería	Ciento	S/. 5.00	1	S/. 5.00	
Bolígrafos	Unidad	S/. 2.50	2	S/. 5.00	
Resaltador	Unidad	S/. 3.00	1	S/. 3.00	
Corrector	Unidad	S/. 2.00	1	S/. 2.00	
<b>Servicios</b>					<b>S/. 500.00</b>
Proyector	Hora	S/. 30.00	5	S/. 150.00	
Internet	Mes	S/. 50.00	2	S/. 100.00	
Anillado	Unidad	S/. 3.00	10	S/. 30.00	
Impresiones	Ciento	S/.10.00	10	S/. 100.00	
Coffe Break	Snacks	S/. 10.00	12	S/. 120.00	
<b>Total</b>					<b>S/. 515.00</b>

**Nota:** La empresa cuenta con sala de reuniones y el coordinador cuenta con una PC suministrada por la organización.

### Presupuesto.

Partidas	Unidad	Costo unitario S/.	Cantidad	Monto parcial S/.	Monto total S/.
<b>Remuneraciones</b>					<b>S/. 880.00</b>
Especialista	Hora	S/. 200.00	4	S/. 800.00	
Personal de apoyo (Mozos)	Hora	S/. 20.00	4	S/. 80.00	
<b>Bienes y materiales</b>					<b>S/. 515.00</b>
Materiales y oficina	Global	S/. 15.00	1	S/. 15.00	
Servicios	Global	S/. 380.00	1	S/. 500.00	
<b>Total</b>					<b>S/. 1395.00</b>

### Financiamiento

Los costos del taller serán asumidos por la empresa PRODUMAR.

### Cronograma

La duración de la planeación y la aplicación de la propuesta será de dos (2) meses.

N°	PROYECTO	Semanas							
	Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8
1	Elaboración de informe	X	X						
2	Exposición de propuesta			X					
3	Contrato de servicios				X	X			
4	Desarrollo de taller						X		
5	Identificación de colaboradores con el mejor desempeño							X	
6	Entrega de reconocimientos								X

## REFERENCIAS

- Acosta, L. (2015). *El control interno y su efecto en la gestión administrativa y la organización de la institución educativa privada La Perla del Chira – Sullana 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura, Perú.
- Carrasco, J. y Rodríguez, T. (2018). *Estrategias de aplicación de herramientas de internet para integrar la gestión comercial en la empresa Agrosoltec SRL – Lambayeque*. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú.
- Crespo J. y Rivera, M. (2017). *Organización y transformaciones de la pesca comercial ribereña en el Parque Nacional Bahía de Loreto (Baja California Sur, México)* AGER. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural, núm. 23, 2017, pp. 59-96. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/296/29653217003/index.html>
- Diario Gestión (2015). *Especial EMA: Las diez empresas más admiradas del Perú*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/especial-ema-diez-empresas-admiradas-peru-100936>
- Deloitte (2018). *Las empresas están aumentando sus inversiones en tecnología*. Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/las-empresas-estan-aumentando-sus-inversiones-en-tecnologia>
- Farías, M. (2019). *Evaluando la excelencia. Los 4 pilares claves*. Deloitte: Chile. Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/cl/es/pages/about-deloitte/articles/pilares-mejores-empresas.html>
- Flores-Ruiz E, Miranda-Novales MG, Villasís-Keever MÁ. (2017). *El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada*. Estadística inferencial. Rev Alerg Mex. 2017;64(3):364-370

- Gálvez, A. y Palacios, J. (2018). *Oportunidades comerciales en el mercado surcoreano para el desarrollo de las exportaciones de calamar gigante en snack de las pesqueras exportadoras en Piura para el año 2018*. (Tesis de pregrado). Universidad de Ciencias Aplicadas, Lima. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/624607>
- García, E. (2018). *Gestión logística y comercial*. 1ª Edición. España. S.A. McGraw-Hill / Interamericana de España.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. (7ta Ed.) México DF: Mc Graw Hill Education.
- Melendez, A. (2017). *Propuesta de implementación del Sistema de Gestión de Calidad en una industria pesquera según normas ISO 9001:2015*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9337>
- Lara, J. (2017). *Impacto de la gestión administrativa sobre la eficiencia de la actividad pesquera artesanal – Cantón Manta*, Dialnet, 8 (2), 2017. 144-157.
- Ley, I. (2013). *Impacto de la gestión administrativa y competitiva de la industria textil ecuatoriana por cambios en reformas tributarias 2011*, (Tesis de maestría). Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador.
- Ocampos, L. y Valencia, S. (2017). *Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial EsSalud-Tumbes, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Tumbes, Perú.
- Orellana, R. (2013), *Implementación de sistemas de información de gestión comercial para mejorar los procesos de comercialización del Grupo Autonort – 2013* (tesis de Pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego. Piura, Perú.

- Prado, P. (2016), *Gestión administrativa de la Unión Provincial de Cooperativas de pescadores (UPROCOOPES)*. (Tesis de Maestría). Universidad Católica del Ecuador. Esmeraldas, Ecuador.
- Roncal, D. (2018). *Sistema de gestión administrativa para la mejora del control de los procesos productivos en la empresa azucarera del norte*. (Tesis de maestría). Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2018). *Administración*. 13ª Edición. Madrid, España. Editorial Pearson.
- Tipián, S. (2017). *Gestión administrativa y la calidad de servicio a usuarios de la Dirección General de Protección de Datos Personales del MINJUS*. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Uriarte, B. y Harman, G. (2017). *Diseño de un plan de marketing para exportar conservas de anchoveta a Brasil. Caso Pesquera Diamante S.A.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. Recuperado de: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/3332>
- Varillas, J. (2017). *Exportadores peruanos cuentan con 145 oportunidades de negocio en Australia, según Adex*. (Entrevista) Diario Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/exportadores-peruanos-cuentan-145-oportunidades-negocio-australia-adex-141201>
- Villanueva, D. (2013). *Efectos del control interno en la gestión de las empresas pesqueras de la actividad exportadora Paita-Piura*. (Tesis de Maestría). Universidad San Martín de Porres, Lima. Recuperado de: <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/635>

# ANEXOS

### Anexo 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
La gestión administrativa y su influencia en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, 2019	<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿De qué manera la gestión administrativa influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la influencia de la gestión administrativa en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>Existe influencia significativa de la gestión administrativa sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.</p>	<p><b>Diseño de la Investigación:</b> Diseño no experimental</p> <p><b>Tipo de Investigación:</b> Correlacional - causal De cohorte transversal.</p> <p><b>Enfoque:</b> cuantitativo.</p> <p><b>Población:</b> 36 Trabajadores de la Empresa Proveedor de Productos Marinos S.A.C.</p> <p><b>Muestra:</b> 36 Trabajadores de la Empresa Proveedor de Productos Marinos S.A.C.</p> <p><b>Técnica de recolección de datos:</b> Encuesta</p>
	<p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>PE 1: ¿De qué manera la planeación influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?</p> <p>PE 2: ¿De qué manera la dirección influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?</p> <p>PE 3: ¿De qué manera la organización influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?</p>	<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>OE 1: Identificar como la planeación influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019</p> <p>OE 2: Conocer como la dirección influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019</p> <p>OE 3: Establecer como la organización influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019</p>	<p><b>Hipótesis Específicas:</b></p> <p>HE1: Existe influencia significativa de la planeación sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.</p> <p>HE2: Existe influencia significativa de la dirección sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.</p> <p>HE 3: Existe influencia significativa de la organización sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.</p>	

	<p>PE 4: ¿De qué manera el control influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?</p> <p>PE5: ¿Qué características presenta la gestión administrativa en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?</p> <p>PE6: ¿Cómo es la gestión comercial en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?</p>	<p>OE 4: Determinar como el control influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019</p> <p>OE 5: Describir las características de la gestión administrativa en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019</p> <p>OE 6: Identificar el nivel de gestión comercial en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019</p>	<p>HE 4: Existe influencia significativa del control sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.</p> <p>HE5: La gestión administrativa en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, muestra un nivel medio.</p> <p>HE6: La gestión comercial en la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, muestra un nivel medio.</p>	<p><b>Instrumentos de recolección de datos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario para medir la gestión administrativa.</li> <li>• Cuestionario para medir la gestión comercial</li> <li>• Guía entrevista</li> </ul> <p><b>Método de análisis</b> Se hará uso de estadísticas descriptivas e inferenciales para conocer el comportamiento de las variables en estudio y posteriormente determinar si existe influencia significativa de la gestión administrativa sobre la gestión comercial.</p>
--	--	---	--	--

## Anexo 02: CUESTIONARIO



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

### CUESTIONARIO PARA LA GESTIÓN COMERCIAL

Estimado colaborador, el presente cuestionario busca conocer el comportamiento de la gestión comercial en la Empresa Proveedor de Productos Marinos S.A.C. El fin de su aplicación es netamente académico, por lo que la información recolectada será utilizada de forma confidencial, por lo que se le pide brindar con sinceridad sus respuestas y marcar con una X según usted crea conveniente a los enunciados descritos considerando la siguiente escala:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

	Enunciado	Escala				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Gestión de servicio</b>						
1	Se cumple con lo que se ofrece a los clientes.					
2	Cada problema que se presenta con algún cliente se busca resolver a la brevedad.					
3	Se muestra rapidez de respuesta ante la solicitud de información de un cliente.					
4	Se responden las quejas de los clientes con rapidez buscando solucionarlas.					
5	La empresa hace uso de recursos tecnológicos para coordinar pedidos con sus clientes.					
6	Existen espacios acondicionados para que el cliente se sienta cómodo.					
7	El personal se encuentra capacitado para brindar información correcta al cliente.					
8	Se es transparente con el cliente cuando existen riesgos con algún pedido.					
9	El cliente es atendido de la manera más amable ante cualquier consulta.					
10	Los clientes son atendidos de forma personalizada.					
<b>Dimensión 2: Gestión de mercadeo</b>						
11	Se busca cambiar detalles de nuestro producto para introducirse a nuevos mercados.					
12	La empresa se preocupa por investigar y encontrar nuevas maneras de diferenciarnos en el mercado.					
13	La empresa invierte en herramientas tecnológicas que permiten conocer el comportamiento del mercado internacional					
14	La empresa se muestra abierta a los cambios que puedan suscitarse en el mercado internacional.					

¡Muchas gracias!



## CUESTIONARIO PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Estimado colaborador, el presente cuestionario busca conocer el comportamiento de la gestión administrativa en la Empresa Provedora de Productos Marinos S.A.C. El fin de su aplicación es netamente académico, por lo que la información recolectada será utilizada de forma confidencial, por lo que se le pide brindar con sinceridad sus respuestas y marcar con una X según usted crea conveniente a los enunciados descritos considerando la siguiente escala:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

	Enunciado	Escala				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Planeación</b>						
1	El contenido del plan estratégico de la empresa se comunica a todos los niveles de la organización.					
2	Los objetivos de la empresa por periodo son comunicados a todas las áreas.					
3	Las áreas de la organización son tomadas en cuenta para la formulación del plan					
4	Las áreas tienen libertad de formular sus estrategias para alcanzar los objetivos de la empresa.					
<b>Dimensión 2: Organización</b>						
5	El trabajo en equipo es promovido por las jefaturas.					
6	Toda acción debe estar previamente coordinada con la jefatura.					
7	Las funciones de mi puesto en la empresa son definidas claramente.					
8	Las actividades asignadas se enfocan hacia los objetivos organizacionales					
<b>Dimensión 3: Dirección</b>						
9	El jefe motiva al personal para alcanzar los objetivos trazados.					
10	Por cada meta alcanzada en el área existe un reconocimiento por la jefatura.					
11	El jefe resuelve los conflictos laborales que puedan suscitarse.					
12	Los problemas de los colaboradores se resuelven con discreción dentro del área.					
<b>Dimensión 4: Control</b>						
13	Todas las actividades se verifican en su nivel de avance.					
14	Se evalúa si las actividades estratégicas guardan relación con los objetivos.					
15	Se busca eliminar re-procesos en las actividades para agilizarlas.					
16	Ante alguna desviación hacia el objetivo se establecen acciones para su rápida corrección.					

¡Muchas gracias!

**Anexo 03: INFORME DE RESULTADOS COMPLEMENTARIOS DEL  
CUESTIONARIO.**

En las tablas 14, 15, 16 y 17 se exponen los resultados obtenidos a partir del análisis descriptivo de la variable gestión administrativa por dimensión.

Tabla 14. Nivel de la planificación en la empresa PRODUMAR.

		<b>Planificación</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	13	36,1	36,1	36,1
	Bajo	2	5,6	5,6	41,7
	Bajo Medio	4	11,1	11,1	52,8
	Medio	6	16,7	16,7	69,4
	Medio Alto	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

**Interpretación:**

El 36,1% de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que la planificación se encuentra en un nivel alto, un 30,56% en un nivel medio alto, un 16,67% en un nivel medio, un 11,1% en un nivel bajo medio y un 5,6% en un nivel bajo.

Tabla 15. Nivel de la organización en la empresa PRODUMAR.

		<b>Organización</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	10	27,8	27,8	27,8
	Bajo	2	5,6	5,6	33,3
	Bajo Medio	3	8,3	8,3	41,7
	Medio	12	33,3	33,3	75,0
	Medio Alto	9	25,0	25,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

**Interpretación:** El 27,8% de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que la organización se encuentra en un nivel alto, un 25% en un nivel medio alto, un 33,3% en un nivel medio, un 8,3% en un nivel bajo medio y un 5,6% en un nivel bajo.

Tabla 16. Nivel de la dirección en la empresa PRODUMAR.

<b>Dirección</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	7	19,4	19,4	19,4
	Bajo	4	11,1	11,1	30,6
	Bajo Medio	8	22,2	22,2	52,8
	Medio	9	25,0	25,0	77,8
	Medio Alto	8	22,2	22,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

**Interpretación:** El 19,44% de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que la dirección se encuentra en un nivel alto, un 22,2 en un nivel medio alto, un 25% en un nivel medio, un 22,2% en un nivel bajo medio y un 11,1% en un nivel bajo.

Tabla 17. Nivel del control en la empresa PRODUMAR.

<b>Control</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	7	19,4	19,4	19,4
	Bajo Medio	6	16,7	16,7	36,1
	Medio	11	30,6	30,6	66,7
	Medio Alto	12	33,3	33,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

**Interpretación:** El 19,44% de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que el control se encuentra en un nivel alto, un 33,3% en un nivel medio alto, un 30,6% en un nivel medio y un 16,7% en un nivel bajo medio.

En las tablas 18 y 19.

Tabla 18. Nivel de la gestión de servicio en la empresa PRODUMAR.

<b>Gestión de Servicio</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	18	50,0	50,0	50,0
	Bajo Medio	4	11,1	11,1	61,1
	Medio	6	16,7	16,7	77,8
	Medio Alto	8	22,2	22,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

**Interpretación:** El 50% de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que la gestión de servicio se encuentra en un nivel alto, un 22,2% en un nivel medio alto, un 16,7% en un nivel medio y un 11,1% en un nivel bajo medio.

Tabla 19. Nivel de la gestión de mercados en la empresa PRODUMAR

<b>Gestión de Mercados</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	14	38,9	38,9	38,9
	Bajo	1	2,8	2,8	41,7
	Bajo Medio	3	8,3	8,3	50,0
	Medio	8	22,2	22,2	72,2
	Medio Alto	10	27,8	27,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

**Interpretación:** El 38,9 de los colaboradores de la empresa PRODUMAR perciben que la gestión de mercados se encuentra en un nivel alto, un 27,8% en un nivel medio alto, un 22,2% en un nivel medio, un 8,3% en un nivel bajo medio y un 2,8% en un nivel bajo.

Tabla 20. Análisis del planeamiento en la empresa PRODUMAR según número de ítems.

Nro Ítem	Dimensión 1: Planeación Descripción del Ítem	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	El contenido del plan estratégico de la empresa se comunica a todos los niveles de la organización.	0	0%	4	11%	8	22%	13	36%	11	31%
2	Los objetivos de la empresa por periodo son comunicados a todas las áreas.	1	3%	4	11%	7	19%	9	25%	15	42%
3	Las áreas de la organización son tomadas en cuenta para la formulación del plan	1	3%	5	14%	7	19%	9	25%	14	39%
4	Las áreas tienen libertad de formular sus estrategias para alcanzar los objetivos de la empresa.	0	0%	5	14%	5	14%	20	56%	6	17%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Interpretación:

En el análisis detallado por ítems, se pudo encontrar que en el ítem 1, los colaboradores consideraron que el 31% consideran que el contenido del plan estratégico siempre se comunica a todos los niveles de organización, un 36% consideraron que casi siempre, un 22% a veces y un 11% casi nunca. En el ítem 2, se obtuvo que el 42% de los colaboradores consideraron que siempre los objetivos de la empresa son comunicados, un 25% consideraron que esta comunicación se da casi siempre, un 19% a veces, un 11% casi nunca y un 3% nunca. En el ítem 3, el 39% de los colaboradores señalaron que siempre las áreas de la empresa PRODUMAR son tomadas en cuenta para la formulación del plan estratégico, un 25% indicaron que casi siempre, un 19% a veces, un 14% casi nunca y un 3% nunca. En el ítem 4, un 17% de colaboradores indicaron que las áreas siempre tienen libertad de formular sus estrategias para alcanzar los objetivos de la empresa, un 56% indicaron que eso ocurre casi siempre, un 14% indicaron que pasa a veces y un 14% señalaron que eso ocurre casi nunca.

Tabla 21. Análisis de la organización en la empresa PRODUMAR según número de ítems.

Nro Item	Dimensión 2: Organización Descripción del Item	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
5	El trabajo en equipo es promovido por las jefaturas.	0	0%	4	11%	6	17%	15	42%	11	31%
6	Toda acción debe estar previamente coordinada con la jefatura.	0	0%	4	11%	10	28%	11	31%	11	31%
7	Las funciones de mi puesto en la empresa son definidas claramente.	3	8%	3	8%	10	28%	9	25%	11	31%
8	Las actividades asignadas se enfocan hacia los objetivos organizacionales	3	8%	5	14%	13	36%	4	11%	11	31%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Interpretación:

En el ítem 5, se encontró que el 31% de los colaboradores señalaron que siempre el trabajo es promovido por las jefaturas, un 42% indicaron que eso ocurre casi siempre, un 17% a veces y un 11% casi nunca. En el ítem 6, un 31% de los colaboradores indicaron que toda acción siempre es previamente coordinada con jefatura, un 31% indicaron que eso se aplica casi siempre, un 28% a veces y un 11% casi nunca. En el ítem 7, el 31% de los colaboradores señalaron que siempre las funciones se definen claramente, un 25% indicaron que eso pasa casi siempre, un 28% a veces, un 8% casi nunca y un 8% indicaron que eso nunca ocurre. En el ítem 8, el 31% de los colaboradores, señalaron que el siempre las actividades asignadas se enfocan hacia los objetivos, un 11% indicaron que eso ocurre casi siempre, un 28% indicaron que a veces, un 14% casi nunca y un 8% dijeron que nunca ocurre esto en la organización.

Tabla 22. Análisis de la dirección en la empresa PRODUMAR según número de ítems.

Nro Item	Dimensión 3: Dirección Descripción del Item	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
9	El jefe motiva al personal para alcanzar los objetivos trazados.	7	19%	3	8%	9	25%	11	31%	6	17%
10	Por cada meta alcanzada en el área existe un reconocimiento por la jefatura.	2	6%	11	31%	8	22%	11	31%	4	11%
11	El jefe resuelve los conflictos laborales que puedan suscitarse.	3	8%	8	22%	8	22%	13	36%	4	11%
12	Los problemas de los colaboradores se resuelven con discreción dentro del área.	0	0%	4	11%	11	31%	15	42%	6	17%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### Interpretación:

En el ítem 9, se encontró que el 17% de los colaboradores consideran que siempre el jefe motiva al personal para alcanzar los objetivos, un 31% indicaron que casi siempre, un 25% a veces, un 8% casi nunca y un 19% indicaron que nunca. En el ítem 10, se encontró que el 11% de los colaboradores señalaron que por cada meta alcanzada siempre existe un reconocimiento por la jefatura, un 31% indicaron que eso ocurre casi siempre, un 22% a veces, un 31% casi nunca y un 6% manifestó que eso nunca ocurre. En el ítem 11, se encontró que el 11% de los colaboradores indicaron que el jefe siempre resuelve los conflictos laborales que se suscitan en el área, un 36% indicaron que casi siempre, un 22% dijeron que a veces, un 22% casi nunca y un 8% señalaron que nunca ocurre esto. En el ítem 12, se encontró que el 17% de los colaboradores indicaron que siempre los problemas de los colaboradores se resuelven con discreción dentro del área, un 42% manifestaron que casi siempre, un 31% indicaron que a veces y un 11% casi nunca.

Tabla 23. Análisis del control en la empresa PRODUMAR según número de ítems.

Nro Ítem	Dimensión 4: Control Descripción del Ítem	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
13	Todas las actividades se verifican en su nivel de avance.	0	0%	2	6%	15	42%	16	44%	3	8%
14	Se evalúa si las actividades estratégicas guardan relación con los objetivos.	2	6%	4	11%	11	31%	12	33%	7	19%
15	Se busca eliminar re-procesos en las actividades para agilizarlas.	1	3%	7	19%	7	19%	12	33%	9	25%
16	Ante alguna desviación hacia el objetivo se establecen acciones para su rápida corrección.	0	0%	4	11%	12	33%	10	28%	10	28%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

#### Interpretación:

En el ítem 13, el 8% de los colaboradores indicaron que todas las actividades siempre se verifican en su nivel de avance, un 44% indicó que esto se realiza casi siempre, un 42% indicaron que a veces y un 6% casi nunca. En el ítem 14, el 19% de los colaboradores indicaron que siempre se evalúan si las actividades estratégicas guardan relación con los objetivos, un 33% indicaron que casi siempre, un 31% a veces, un 11% casi nunca y un 6% señalaron que nunca ocurre esto. En el ítem 15, se observa que el 25% de los colaboradores indicaron que siempre se busca eliminar re-procesos en las actividades para agilizarlas, un 33% indicó que esto casi siempre se realiza, un 19% señaló que esto ocurre a veces, un 19% dijo que casi nunca y un 3% dijo que esto nunca se realiza. En el ítem 16, el 28% de los colaboradores indicaron que siempre se establecen acciones cuando existe presencia de desviación hacia el objetivo, un 28% indicaron que esto ocurre casi siempre, un 33% señalaron que a veces se toma acción y un 11% indicaron que esto se da casi nunca

Tabla 24. Análisis de la gestión de servicio en la empresa PRODUMAR según número de ítems.

Nro Item	Dimensión 1: Gestión de servicio Descripción del Item	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	Se cumple con lo que se ofrece a los clientes.	0	0%	3	8%	7	19%	11	31%	15	42%
2	Cada problema que se presenta con algún cliente se busca resolver a la brevedad.	0	0%	2	6%	7	19%	13	36%	14	39%
3	Se muestra rapidez de respuesta ante la solicitud de información de un cliente.	0	0%	4	11%	8	22%	11	31%	13	36%
4	Se responden las quejas de los clientes con rapidez buscando solucionarlas.	0	0%	3	8%	5	14%	16	44%	12	33%
5	La empresa hace uso de recursos tecnológicos para coordinar pedidos con sus clientes.	0	0%	5	14%	4	11%	14	39%	13	36%
6	Existen espacios acondicionados para que el cliente se sienta cómodo.	1	3%	7	19%	8	22%	5	14%	15	42%
7	El personal se encuentra capacitado para brindar información correcta al cliente.	0	0%	2	6%	9	25%	8	22%	17	47%
8	Se es transparente con el cliente cuando existen riesgos con algún pedido.	1	3%	6	17%	11	31%	7	19%	11	31%
9	El cliente es atendido de la manera más amable ante cualquier consulta.	0	0%	3	8%	8	22%	11	31%	14	39%
10	Los clientes son atendidos de forma personalizada.	0	0%	3	8%	8	22%	12	33%	13	36%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

### **Interpretación:**

En el análisis de los ítems que miden la gestión de servicio, se encontró que en el ítem 1, el 42% de los colaboradores indicaron que siempre se cumple con lo que se ofrece a los clientes, un 31% indicó que se cumple casi siempre, un 19% señaló que se cumple a veces y un 8% casi nunca. En el ítem 2, se encontró que el 39% de los colaboradores indicaron que cuando se presenta un problema con algún cliente siempre se busca resolver a la brevedad, un 36% casi siempre, un 19% indicaron que a veces y un 6% indicaron que casi nunca. En el ítem 3, el 36% de los colaboradores indicaron que siempre se muestra rapidez de respuesta ante la solicitud de información de un cliente, un 31% indicaron que esto ocurre casi siempre, un 22% a veces y un 11% casi nunca. En el ítem 4, se señaló que el 33% de los colaboradores indicaron que siempre se responden las quejas de los clientes con rapidez buscando solucionarlos, un 44% indicaron que casi siempre ocurre eso, un 14% a veces y un 8% casi nunca. En el ítem 5, 36% de los colaboradores indicaron que la empresa siempre hace uso recursos tecnológicos para coordinar pedidos con sus clientes, un 39% indicaron que casi siempre, un 11% a veces y un 14% casi nunca. En el ítem 6, se observó que el 42% de los colaboradores indicaron que siempre existen espacios acondicionados para que el cliente se sienta cómodo, un 14% indicaron que esto ocurre casi siempre, un 22% a veces, un 19% casi nunca y un 3% indicó que nunca hay espacios acondicionados para recibir a los clientes. En el ítem 7, el 47% de los colaboradores, señalaron que el personal siempre se encuentra capacitado para brindar información de manera correcta al cliente, un 22% señaló que casi siempre, un 25% indicó que a veces, y un 6% indicó que casi nunca. Al evaluar el ítem 8, se encontró que el 31% de los colaboradores, indicó que siempre se actúa con transparencia con el cliente cuando existe riesgos con el pedido, un 19% indicó que eso se da casi siempre, un 31% a veces, un 17% casi nunca y un 3% señaló que nunca se da esto. En caso del ítem 9, el 39% de los colaboradores indicaron que siempre el cliente es atendido de forma amable, un 31% indicó que esto se da casi siempre, un 22% a veces y un 8% indicaron que esto se da casi nunca. En el ítem 10, se encontró que el 36% de los colaboradores indicaron que los clientes siempre se atienden de forma personalizada, un 33% indicaron que la atención personalizada se da casi siempre, un 22% indicó que a veces y un 8% señaló que la atención personalizada se da casi nunca.

Tabla 25. Análisis de la gestión de mercadeo en la empresa PRODUMAR según número de ítems.

Nro Item	Dimensión 1: Gestión de mercadeo Descripción del Item	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
1	Se busca cambiar detalles de nuestro producto para introducirse a nuevos mercados.	1	3%	4	11%	8	22%	15	42%	8	22%
2	La empresa se preocupa por investigar y encontrar nuevas maneras de diferenciarnos en el mercado.	0	0%	3	8%	9	25%	10	28%	14	39%
3	La empresa invierte en herramientas tecnológicas que permiten conocer el comportamiento del mercado internacional	0	0%	4	11%	8	22%	13	36%	11	31%
4	La empresa se muestra abierta a los cambios que puedan suscitarse en el mercado internacional.	0	0%	4	11%	11	31%	12	33%	9	25%

Fuente: Encuesta aplicada a colaboradores.

**Interpretación:**

En el ítem 1, se encontró tras análisis que el 22% de los colaboradores indicaron que siempre se busca cambiar detalles del producto para su posterior introducción a nuevos mercados, un 42% señalaron que esto se da casi siempre, un 22% a veces, un 11% casi nunca y un 3% indicaron que esto nunca se da. En el ítem 2, se encontró que el 39% de los colaboradores indicaron que la empresa siempre se preocupa por investigar y buscar nuevas maneras de diferenciación, un 28% indicó que esto ocurre casi siempre, un 25% a veces y un 8% indicó que esto ocurre casi nunca. En el ítem 3, se encontró que el 31% de los colaboradores indicaron que la empresa siempre invierte en herramientas tecnológicas para conocer más el mercado internacional, un 36% indicó que esto se da casi siempre, un 22% a veces y un 11% casi nunca. En el ítem 4, el 25% de los colaboradores señalaron que la empresa siempre se muestra abierta a los cambios, un 33% indicó que casi siempre, un 31% a veces y un 11% señalaron que casi nunca se da.

## Anexo 04: VALIDACIONES



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor  
 en Ciencias Administrativas  
 N° ANR: #202528 de profesión lic. en Administración  
 desempeñándome actualmente como Docente T.P.  
 en O.C.U. Piura.

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

- Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa PRODUMAR S.A.C.

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

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 30 días del mes  
 de Abril del Dos mil Diecinueve.

Dr. : Freddy Castillo Palacios  
 DNI : 02842237  
 Especialidad : Administración / Investigación  
 E-mail : fcastillo30@hotmail.com

**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA  
 PRODUMAR S.A.C. DE PAITA, 2019”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	6	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																78					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																78					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																78					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																78					







**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Francisco A. Ramos Flores con DNI N° 52982571 Magister en MBA: Administración y Negocio N° ANR: 1735 de profesión Ing. Administración desempeñándome actualmente como Calendista en Municipalidad César Vallejo

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

- Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa PRODUMAR S.A.C.

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

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 30 días del mes de Abril del Dos mil diez y nueve.

Mgr. : Francisco A. Ramos Flores  
 DNI : 52982571  
 Especialidad : Ing. Administración  
 E-mail : francisco.ramos.flores@ucv.edu.pe



**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA  
PRODUMAR S.A.C. DE PAITA, 2019”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

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





### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO con DNI N° 02845588 Doctor en CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
N° ANR: \_\_\_\_\_ de profesión LIC. EN AD.  
desempeñándome actualmente como DOCENTE  
en U.C.V.

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

- Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa PRODUMAR S.A.C.

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

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 02 días del mes de MAYO del Dos mil 2019. M. Palacios

Dr. : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO  
DNI : 02845588  
Especialidad : LIC. EN AD.  
E-mail : mercedeb2@yahoo.es

**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA  
PRODUMAR S.A.C. DE PAITA, 2019”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

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



## Anexo 05: CONFIABILIDAD

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Tume Correa, Rosita Inés.
1.2. TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	:	La gestión administrativa y su influencia en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, 2019
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario para la gestión administrativa
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ( )
	:	Alfa de Cronbach. ( X )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	03/05/2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	20 trabajadores

### II. CONFIABILIDAD

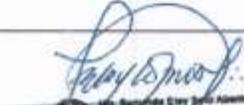
ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0,932
------------------------------------	-------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Items iniciales, items mejorados, eliminados, etc.)

Según el análisis de fiabilidad, Alfa de Cronbach, y siguiendo el criterio de George y Mallery (2003, p. 231), el coeficiente alfa: 0,932 es **EXCELENTE**. No se realizó mejora y/o eliminación de ítems dado a que en una posible eliminación de ítems el coeficiente no mostrará cambios significativos. Se recomienda validación por juicio de expertos.

  
 Estudiante: Tume Correa, Rosita Inés.  
 DNI : 70130901

Docente

 MSc. Rosalinda Cruz Torres Alvarado  
 Ingeniero en Estadística  
 DNI: 98794  
 Maestría en Ingeniería Industrial

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Tume Correa, Rosita Inés.
1.2. TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	:	La gestión administrativa y su influencia en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paíta, 2019
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario para la gestión comercial
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ( )
	:	Alfa de Cronbach. ( X )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	03/05/2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	20 trabajadores

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>0,941</b>
------------------------------------	--------------

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

Según el análisis de fiabilidad, Alfa de Cronbach, y siguiendo el criterio de George y Mallery (2003, p. 231), el coeficiente alfa: 0,941 es **EXCELENTE**. No se realizó mejora y/o eliminación de items dado a que en una posible eliminación de items el coeficiente no mostrará cambios significativos. Se recomienda validación por juicio de expertos.

  
 Estudiante: Tume Correa, Rosita Inés.  
 DNI : 70130901

Docente



### Anexo 06: MATRIZ DE INSTRUMENTOS

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	INSTRUMENTO A		INSTRUMENTO B	
							Nº de ítems	Ítems	Nº de ítems	Ítems
¿De qué manera la gestión administrativa influye en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019?	Determinar la influencia de la gestión administrativa en la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019	Existe influencia significativa de la gestión administrativa sobre la gestión comercial de la empresa PRODUMAR S.A.C. de Paita, en el año 2019.	Y: Gestión comercial	X1.1	Fiabilidad	Encuesta / cuestionario	2	1, 2		
				X1.2	Capacidad de respuesta		2	3, 4		
				X1.3	Elementos tangibles		2	5, 6		
				X1.4	Seguridad		2	7, 8		
				X1.5	Empatía		2	9, 10		
				X2.1	Identificación de oportunidades		2	11, 12		
			X2.2	Adaptación a los cambios	2	13, 14				
			X: Gestión Administrativa	Y1.1	Nivel de socialización del plan			2	1,2	
				Y1.2	Nivel de participación en la formulación del plan			2	3,4	
				Y2.1	Sinergia laboral			2	5,6	
				Y2.2	Funcionalidad de las Áreas			2	7,8	
				Y3.1	Nivel de motivación			2	9,10	
				Y3.2	Manejo de conflictos			2	11,12	
				Y4.1	Evaluación de resultados			2	13,14	
Y4.2	Retroalimentación				2	15,16				
Instrumento A	Cuestionario para medir la gestión administrativa							Aplicado al colaborador		
Instrumento B	Cuestionario para medir la gestión comercial							Aplicado al colaborador		

## Anexo 07: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

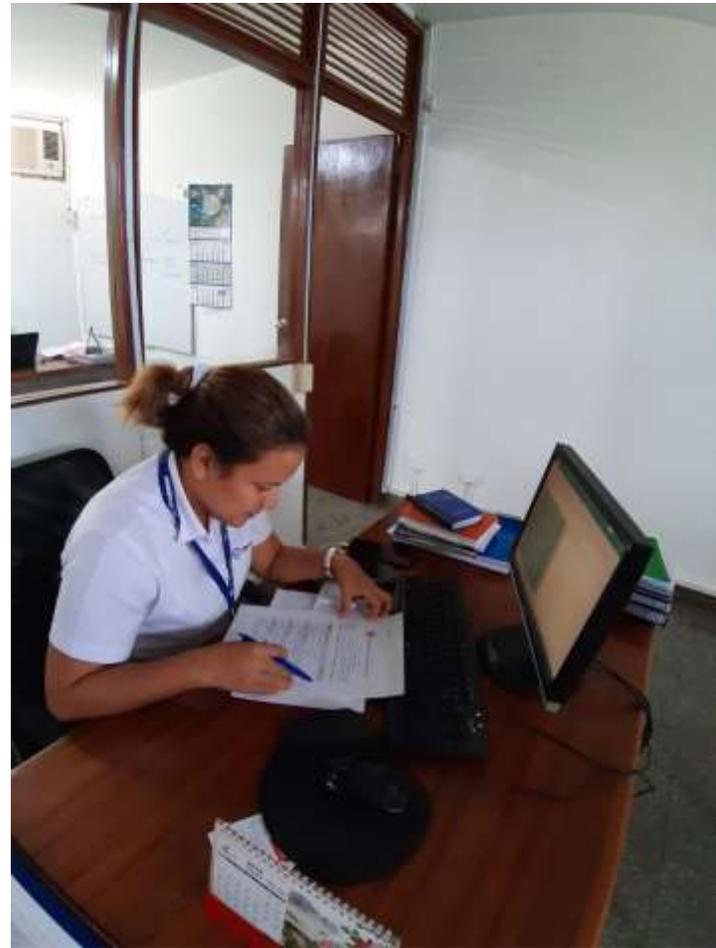


Primera foto.- Entrada de oficinas de la empresa PRODUMAR S.A.C.

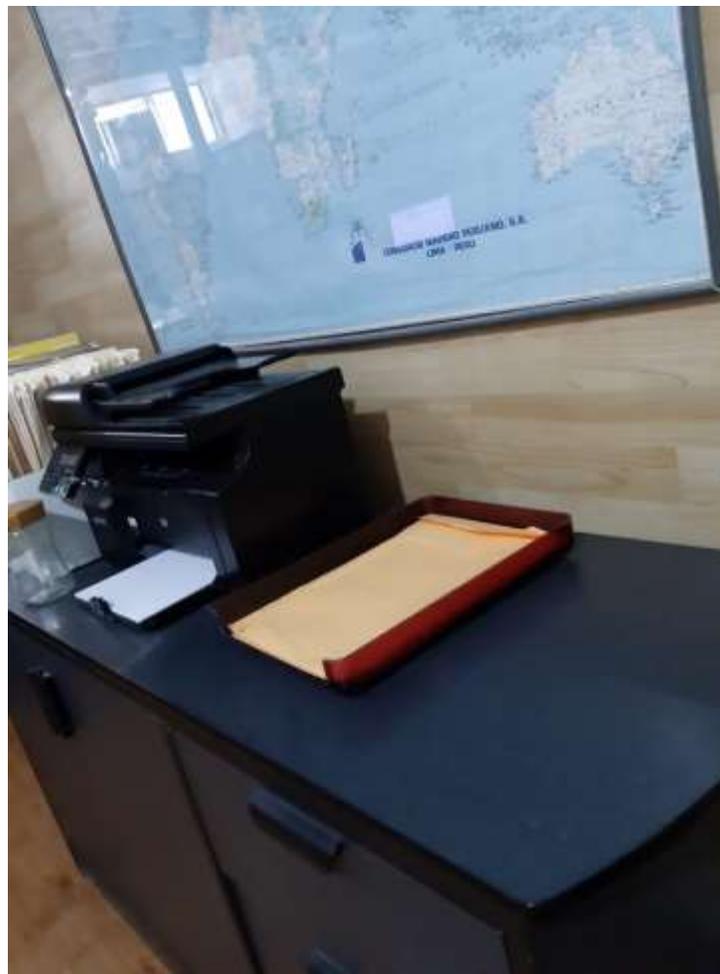
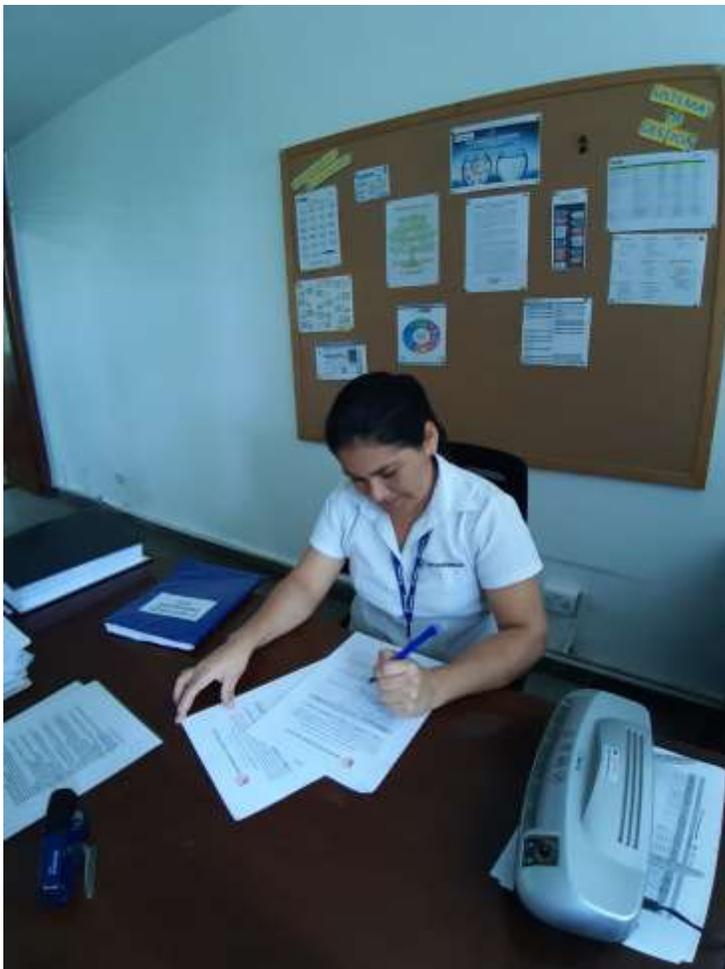
Segunda foto.- Entregando encuentras a trabajadora de la empresa PRODUMAR S.A.C.



Trabajadores de la empresa PRODUMAR S.A.C. llenando los cuestionarios de Gestión Administrativa y Gestión Comercial.



Trabajadores de la empresa PRODUMAR S.A.C. llenando los cuestionarios de Gestión Administrativa y Gestión Comercial.



Primera foto.- Trabajador de la empresa PRODUMAR S.A.C. llenando los cuestionarios

Segunda foto.- Bandeja de colocación de cuestionario para asegurar la privacidad del encuestado.