

ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

**MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



" Propuesta de mejora al área comercial de la empresa Pez de Mar, de la ciudad de Manta - Ecuador 2023 "

**Trabajo de Investigación
Para optar por el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autor:
Bach. Castro Ponce, Anthony Kley

Docente Guía:
Mg. Leo Rossi, Ernesto Alejandro

TACNA – PERÚ

2023

22%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

“El texto final datos expresiones opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

Índice de contenidos

Índice de contenidos.....	3
Índice de tablas	6
Índice de figuras	7
Resumen	8
Introducción	9
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	11
1.1. Título del tema.....	11
1.2. Planteamiento del problema.....	11
1.3. Objetivos	12
1.3.1. Objetivo general.....	12
1.3.2. Objetivos específicos	13
1.4. Metodología.....	13
1.4.1. Tipo de investigación	13
1.4.2. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	14
1.5. Justificación.....	16
1.5.1. Teórica.....	16
1.5.2. Metodológica.....	16
1.5.3. Práctica.....	17
1.6. Definiciones.....	17
1.6.1. Área comercial.....	17

	4
1.6.2. Plan de marketing	17
1.6.3. Expansión de mercado	18
1.6.4. Ventas.....	18
1.6.5. Análisis de mercado.....	18
1.6.6. Acuicultura	18
1.7. Alcances y limitaciones	19
1.7.1. Alcances	19
1.7.2. Limitaciones.....	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	20
2.1. Conceptualización de la variable y tópicos clave	20
2.1.1. Área comercial.....	20
2.2. Importancia de la variable	37
2.3. Análisis comparativo de las bases teóricas	38
2.4. Análisis crítico de las bases teóricas.....	38
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	40
3.1. Reseña histórica.....	40
3.2. Filosofía organizacional.....	41
3.2.1. Misión	41
3.2.2. Visión	42
3.2.3. Políticas	42
3.2.4. Valores.....	43
3.3. Diseño organizacional	43

	5
3.4. Productos	45
3.5. Diagnóstico organizacional.....	46
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	52
4.1. Diagnóstico situacional.....	52
4.1.1. Árbol de problemas.....	52
4.1.2. Levantamiento de información	56
4.1.3. Guía de observación.....	70
4.2. Diseño de la propuesta de mejora.....	72
4.3. Mecanismos de control.....	81
4.4. Evaluación del costo de la propuesta de mejora	88
CAPITULO V: SUGERENCIAS	91
Conclusiones	94
Referencias bibliográficas.....	96
Anexos	102

Índice de tablas

Tabla 1 Área comercial.....	38
Tabla 2 Diagnóstico interno y externo	46
Tabla 3 Nivel de eficiencia.....	57
Tabla 4 Posicionamiento en el mercado.....	58
Tabla 5 Participación limitada en el mercado	59
Tabla 6 Proceso estructurado de ventas	60
Tabla 7 Seguimiento de ventas	61
Tabla 8 Calidad del servicio.....	62
Tabla 9 Asesoramiento a clientes.....	63
Tabla 10 Comunicación y colaboración entre el equipo de ventas.....	64
Tabla 11 Apoyo en el alcance de los objetivo.....	65
Tabla 12 Comunicación entre áreas.....	66
Tabla 13 Manejo de información	67
Tabla 14 Reuniones periódicas entre departamento	68
Tabla 15 Guía de observacion.....	70
Tabla 16 Propuesta de mejora	72
Tabla 17 Proceso de seguimiento y control.....	81
Tabla 18 Evaluacion del costo de la propuesta	88

Índice de figuras

Figura 1 Datos de ventas	11
Figura 2 Organigrama	45
Figura 3 Nivel de eficiencia.....	57
Figura 4 Posicionamiento en el mercado	58
Figura 5 Participación limitada en el mercado	59
Figura 6 Proceso estructurado de ventas.....	60
Figura 7 Seguimiento de ventas	61
Figura 8 Calidad del servicio	62
Figura 9 Asesoramiento a clientes	63
Figura 10 Comunicación y colaboración entre el equipo de ventas.....	64
Figura 11 Apoyo en el alcance de los objetivo	65
Figura 12 Comunicación entre áreas.....	66
Figura 13 Manejo de información	67
Figura 14 Reuniones periódicas entre departamento	68