

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de **INGENIERÍA EMPRESARIAL**

“GESTIÓN POR PROCESOS PARA LAS VENTAS
MEDIANTE REDES SOCIALES EN UNA PYME
DEL SECTOR COMERCIAL, TRUJILLO 2020”

Tesis para optar al título profesional de:

INGENIERO EMPRESARIAL

Autor:

Luis Alejandro Paez Fatama

Asesor:

Ing. Elizabeth Kristina Bravo Huvin
<https://orcid.org/0000-0001-6885-0464>

Trujillo - Perú

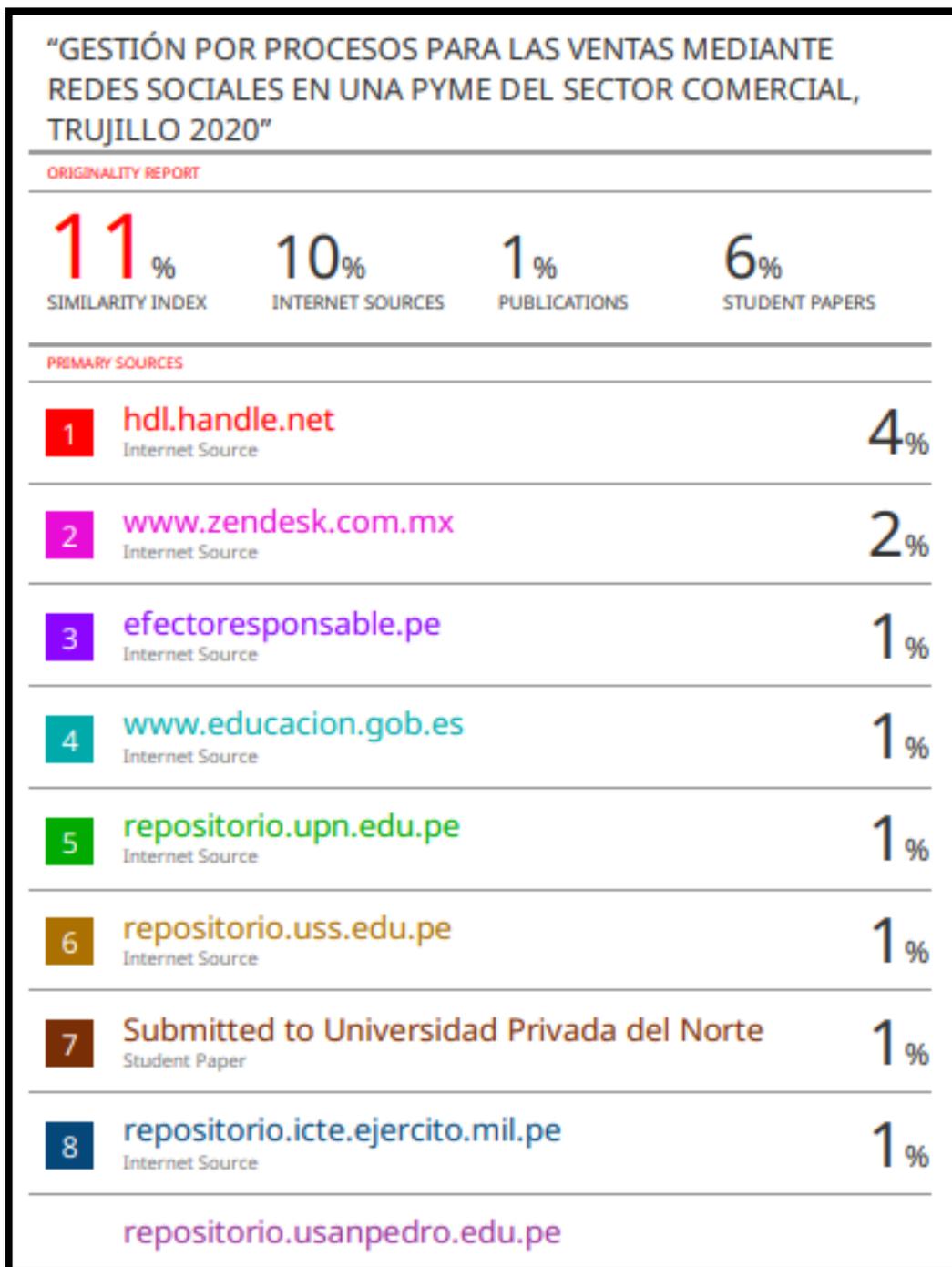
JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Betty Lizby Suarez Torres	18121158
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Cesia Elizabeth Boñón Silva	40222757
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Jorge Luis Alfaro Rosas	18127518
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD



DEDICATORIA

A mis padres por haberme forjado como persona y ayudado a llegar donde estoy; muchos de mis logros son gracias a ellos incluyendo este, a mis mascotas porque gracias a ellos en momentos de tensión o estrés me ayudaron a poder llevarlos mejor y a mi enamorada, Daniela, que me apoyó en todo momento durante el proceso de la elaboración de este informe dándome ánimos en forma de palabras y compañía.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por la familia que me deja disfrutar, gracias a mi familia por apoyarme en todo y gracias a mis mascotas que siempre están conmigo. La suma de todo el apoyo de todos pude llegar a donde estoy y seguir continuando con todo los proyectos que tengo puestas.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	31
1.3. Objetivos	32
1.4. Hipótesis	32
1.5. Justificación	33
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	35
2.1 Tipo y diseño	35
2.3 Población y muestra	37
2.4 Técnica e instrumentos	39
2.5 Aspectos éticos	40
CAPÍTULO III: RESULTADOS	41
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	54
REFERENCIAS	58
ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
Tabla 2 Inventario de procesos de Cecy's Store	45
Tabla 3 Ficha de procesos del Proceso de Ventas de la empresa Cecy's Store.....	50
Tabla 4 Estimación de costos y flujo de caja de Cecy's Store	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>¿Cómo funciona la Gestión por Procesos?</i>	24
Figura 2 <i>Visión global del negocio</i>	25
Figura 3 <i>La organización constituye un sistema de procesos</i>	27
Figura 4 Diagrama del diseño de la investigación propositiva.....	36
Figura 5 RUC de Cecy's Store.....	43
Figura 6 Mapa de procesos de Cecy's Store	44
Figura 7 SIPOC del Procesos de Ventas de Cecy's Store	46
Figura 8 Proceso de Ventas AS IS de la empresa Cecy's Store.....	47
Figura 9 Proceso de Ventas TO BE de la empresa Cecy's Store.....	49

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar la gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales de la empresa Cecy's Store. Desarrollando una metodología no experimental, con un enfoque de estudio cualitativo, con un tipo de estudio propositivo, siendo de corte transversal y observacional. Teniendo como resultados el análisis situacional, un inventariado de procesos, una diagramación de procesos de ventas y la estimación de costos del diseño. Concluyendo en base a los resultados, que la Gerente General no tiene el conocimiento suficiente del control de los procesos y lo relacionado a la documentación, asimismo la empresa no lleva un adecuado inventario de procesos, por otro lado el proceso de ventas causaba pérdida de clientes, finalmente la empresa puede costear el costo definido en la investigación.

PALABRAS CLAVES: Gestión, Procesos, Gestión por Procesos, Redes Sociales, Ventas.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Como problema de investigación se tiene que, actualmente el comercio electrónico se encuentra en un extenso crecimiento a nivel mundial, considerando la gran cantidad de usuarios al igual que sitios comerciales; evidentemente el crecimiento de la inversión en publicidad aporta a un notable crecimiento. Hoy en día es la manera más asequible y rápida de concretar negocios sin requerir de inversiones grandes, ya sea desde la comodidad del hogar u oficina, puesto que únicamente se necesita un comprador y acceso a internet. A diario la cultura del comercio electrónico se fortalece a nivel mundial en virtud a las múltiples bondades que ofrece las ventas por Redes Sociales, tomando en consideración lo siguiente: facilidad en los pagos, celeridad, seguridad, comodidad, evitando el desplazamiento, limitación de horarios, colas, aglomeración que tienden a incomodar y causar estrés. Logrando una optimización del tiempo generando productividad de la empresa en cuestión (Observatorio eCommerce & Transformacion Digital, 2017).

Chevalier (2020) indica que, en los últimos años, la palabra e-commerce ha tomado relevancia a nivel mundial. En Latinoamérica, la realización de normas estrictas de contingencia como respuesta al virus Covid-19 origino el crecimiento de las ventas por Redes Sociales y medios de ventas online, creando un nuevo camino en el rubro del comercio electrónico en la región.

De manera que en el 2019 los datos del Statista Digital Market Outlook señaló que Brasil y Mexico se declararon los lideres en América Latina en ventas en línea, originando más de 17 mil millones y 14 millones de dólares americanos. Aún cuando su liderazgo en el e-commerce, ventas por Redes Sociales y medios online, en la región se mantendrá intacto en los próximos años, se pronostica que otras economías visualizan un crecimiento veloz.

De acuerdo a los pronósticos, las ventas online en Argentina crecerán en un 153% entre los años 2019-2024, contrastando con un 21% en Perú. El e-commerce en Perú generó 4 millones de dólares en el 2019, conllevando a un crecimiento del 31%, una de las tasas más altas de la región. Sin embargo, aún ocupamos el sexto lugar en Latinoamérica con respecto del e-commerce, afirmó Helmut Caceda, CEO de la cámara Peruana de Comercio Electronico (CAPECE). "pese a que el comercio electrónico es de pequeña magnitud en comparación con otros países, se ha mostrado un alza significativa. De tal manera que ha crecido casi 15 veces en la última década, y se logra ver reflejado en las cifras, teniendo que en 2009 alcanzo 276 millones de dólares a 4 mil millones de dólares el año pasado", explico Caceda. En graficas, señala que en el 2009 en Peru el e-commerce representaba el 1.27% del valor del comercio electrónico en America Latina y en 2019 ya representa el 5% de este mercado (Bravo, 2020).

Aun cuando el mercado del comercio electrónico es reducido para los negocios en Perú, se ha alcanzado un desarrollo importante en los últimos diez años. De acuerdo al "Reporte Oficial de la Industria E-commerce en Perú" muestra que en el 2009 el Perú alcanzó solo el 1.7% del comercio electrónico en la región, de tal modo que para el 2019 creció un 5% consiguiendo que el país se establezca en el sexto puesto en ventas online en America latina. En el 2019 las compras efectuadas a través de e-commerce se elevaron a 4,000 millones de dólares, delimitando el 2.3% del total del retail; es cierto que el Perú esta en crecimiento en compras virtuales, este se da de forma centralizada, puesto que el 65% de las compras virtuales se realizan en Lima y Callao (Perú Retail, 2020).

Al respecto, Aranda et.al (2018) menciona que el gobierno peruano se ha planteado renovar la gestión de la entidades publicas que lo conforman. Por esta razón, mediante el Decreto Supremo N° 004-2013-PCM, en el 2013 se admitió la Política Nacional de

Modernización de la Gestión Pública al 2021. (Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública) (PCM 2013).

El desplazamiento de la actividad comercial continuó minimizando en marzo del 2020, sin embargo, se atenuó gradualmente con el reinicio de las actividades económicas las cuales se hallan establecidas en la primera fase del plan de Reanudación de Actividades Económicas en el marco de la emergencia sanitaria nacional. En septiembre del 2020, el sector comercio peruano tuvo un acortamiento del 6.14% a diferencia del año anterior, por la reducción de la actividad de mayoristas, minoristas y del sector automotriz, no obstante, en recuperación. Los vendedores mayoristas redujeron en un 6,65% debido a la venta inferior de una distinta maquinaria y un equipo de acuerdo a la progresiva reactivación de las actividades económicas de producción y transformación industrial nacional, de acuerdo al informe del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). De igual manera, hubo una disminución en la venta de combustible líquido, gaseoso y productos relacionados a un menor abastecimiento en servicentros e inferior demanda del sector industrial (Perú Retail, 2020).

Cecy's Store es una empresa Trujillana fundada por la Señora Cecibel Fatama Flores en el año 2018 que tiene rubo la venta de accesorios tales como cartera billeteras y ropa tanto masculina como femenina importadas de diferentes marcas reconocidas a nivel mundial. No obstante, tiene como situación actual una deficiencia en el área de ventas puesto que no cuenta con un proceso e-commerce definido, esto repercute en la pérdida de ventas, debido a que no existe una respuesta oportuna y clara a los clientes que desean adquirir el producto, asimismo, no cuenta con un gran alcance a los comprador ya que no manejan las redes sociales lo que ocasiona pérdida de oportunidades, sumándole el presente virus conocido comunmente como Covid-19. Por lo tanto, para mejorar las ventas de la empresa e impulsar

la mejora continua se plantea diseñar e implementar un e-commerce con ayuda de los procesos que ya cuenta y las herramientas oportunas, dando así una mejor respuesta en ventas y por consiguiente una mejor eficacia.

Antecedentes

Internacionales

Teniendo en cuenta como antecedentes de la variable Gestión por Procesos a los siguientes autores, Álvarez (2008) en su tesis para optar el grado de doctor en la universidad de Deusto titulada: "Propuesta de un modelo innovador de la gestión por procesos en la investigación", Bogotá, tuvo como objetivo general examinar la gestión por procesos para la mejora de la calidad de la función investigativa de la Pontificia Universidad Javeriana y proponer las mejoras y modificaciones necesarias. La tesis es experimental. Por otro lado, se tomó como muestra los procesos que intervienen en la investigación de la universidad. Se concluye que la universidad mejorará cualitativamente y cuantitativamente la calidad de la investigación y de esa forma se posicionará en la región latinoamericana y en el continente con una contribución más sustantiva que la actual, en lo que concierne a la investigación pertinente, al abordaje de problemas sociales y educativos que deben ser asumidos, y finalmente, a la producción de conocimiento que contribuya a la solución de estos mismos problemas y a la generación de un nuevo saber útil para el desarrollo de las sociedades. Por todo lo previamente expuesto, teniendo una gestión por procesos bien realizada ayudará a tener una mejor contribución a la empresa con respecto a como se encuentra en un inicio.

Muñoz (2018) en su tesis para optar el grado de magister en la universidad Andina Simón Bolívar titulada: "Desarrollo de un sistema de gestión por procesos para empresas de servicios de ingeniería y construcción orientadas a la industria", Quito, tuvo como objetivo

diseñar un sistema de gestión por procesos para la compañía de servicios de ingeniería y construcción orientada a la industria CDM S.A. para mejorar su desempeño empresarial y ejecución de proyectos. La tesis es de carácter aplicativo. Por otro lado, se tomo como muestra a la empresa CDM S.A. Se concluye que para dar respuesta a la pregunta de investigación se efectuó un estudio de campo, y, de acuerdo con los instrumentos de investigación aplicados, se pudo comprobar que la entidad ha experimentado un crecimiento importante desde sus inicios, pero que, en este momento, requiere una nueva manera de organización interna que le permita gestionar con agilidad su servicio valorado en el mercado. Por todo lo previamente expuesto, la gestión por procesos hace que la empresa tenga un mejor desempeño teniendo claro los puntos a mejorar y el crecimiento.

Arcos (2017) es su tesis para optar el grado de título industrial presentada en la universidad Técnica de Ambato titulada: "Sistema de gestión por procesos en la empresa de Calzado Rexell", Ambato, tuvo como objetivo desarrollar un sistema de gestión por procesos en la empresa de calzado REXELL. La tesis es experimental. Por otro lado, la muestra es el número total de trabajadores de REXELL. Se concluye que haciendo el sistema de gestión por procesos realizado a cada una de las áreas que conforman la empresa REXELL se pudo identificar sus falencias lo que ocasiona pérdida de tiempo en la producción, incumplimiento o atrasos con los pedidos de los clientes, variabilidad en el producto terminado, generando de esta manera pérdidas económicas a la empresa. Por todo lo previamente expuesto, haciendo una gestión por procesos se puede identificar los puntos débiles de la empresa.

Silva (2013) en sus tesis para optar el grado de magister en salud pública en la universidad de Chile titulada: "Aplicación de gestión por procesos, como herramienta de apoyo al mejoramiento del hospital Dr. Eduardo Pereira", Santiago, tuvo como objetivo

contribuir a mejorar la gestión por procesos del hospital Dr. Eduardo Pereira de Valparaíso, a través de la identificación y análisis de sus procesos, como herramienta que apoya la toma de decisiones y la optimización de recursos. La tesis de carácter experimental. Por otro lado, se tomó como muestra todos los procesos del hospital Dr. Eduardo Pereira. Se concluye que la investigación desarrollada, logró que el hospital diera una mirada a la gestión por procesos y se planteara el desafío de aplicar herramientas de ingeniería en el ámbito de la salud, apoyando la toma de decisiones en este tipo de metodología, a fin de encontrar en ella optimizaciones para su gestión institucional y en red. Por todo lo previamente expuesto, se puede observar que la gestión por procesos puede usarse y es importante en todo ámbito, ya sea salud o empresas de otro rubros.

Sotelo (2016) en su tesis para optar el grado de doctor en administración y dirección de empresas presentada en la universitat Plitècnica de Catalunya titulada: "La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de mas MyPES: caso peruano", Barcelona, la presente investigación tiene como objetivo general el de desarrollar una propuesta de sistema básico de procesos de gestión tomando como base la gestión por procesos fundamento de la Norma ISO9000 que, en colaboración con una estrategia de integración empresarial, desarrolle una ventaja competitiva en las Mypes peruanas para que se aproveche con éxito las oportunidades de exportación que se abren con la firma de los Tratados de Libre Comercio y así se vuelvan más rentables y sostenibles en el tiempo. La tesis es no experimental. Por otro lado, se tomó como muestra las MyPES del Perú. Se concluye que la investigación plantea un sistema básico de gestión de seis procesos importantes como son: gestión de estandarización de productos, gestión de la estandarización de procesos productivos, gestión de la calidad, gestión de la orden de pedido, planeamiento y control de la producción y gestión logística

que deberán trabajar en cualquier tipo de asociación de Mypes para lograr entregar productos con las mismas características y el mismo nivel de calidad con entrega a tiempo. Por todo lo previamente expuesto, se puede lograr una estandarización de procesos haciendo que otras empresas que sean del mismo rubro puedan guiarse de la gestión por procesos realizada.

Agualongo (2015) en su tesis para optar el título de ingeniero en empresas y administración de negocios presentada en la universidad Regional Autónoma de los Andes titulada: "Manual de procedimientos para los supermercados Mi Caserita de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua", Ambato, tuvo como objetivo diseñar un manual de procedimientos para los Supermercados "Mi Caserita" de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua que permita el mejoramiento de la atención al cliente. La tesis es experimental. Por otro lado, se tomó como muestra Talento Humano de los Supermercados Mi Casita. Se concluye que los tiempos de atención a los requerimientos de los clientes no son óptimos, por lo que se ve reflejado en las ventas y la afluencia de clientes, esto afecta además a la estabilidad del personal pues disminuye las ganancias que puede generar después de personal. Por todo lo previamente expuesto, se obtiene como aporte a la investigación que con ayuda de una gestión por proceso habría más orden lo que conlleva a que el trato con los clientes sea óptimo.

Por otro lado, con respecto a la variable Redes Sociales se tiene que Valero (2023) en su trabajo de Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad Politécnica de Madrid titulada: "Panorama general de las Redes Sociales en el marketing de las organizaciones de empresa", Madrid, tuvo como objetivo desarrollar una herramienta de selección de Redes Sociales basada en los objetivos, características, público objetivo, productos ofertados y tamaño de las empresas. La tesis es de carácter experimental. Por otro

lado, se tomó como muestra la empresa Zara. Se concluye que, las Redes Sociales se han convertido en el mejor canal para llegar a los clientes y establecer relaciones sólidas con ellos. Por todo lo previamente expuesto, se tiene que actualmente la manera óptima de realizar ventas es por Redes Sociales llegando a tener unas relaciones estrechas con los clientes.

Cascales (2015) en su tesis para optar el grado de Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas en la Universidad Rey Juan Carlos titulada: "Las redes sociales como nuevo canal de ventas en los hoteles en España", Madrid, tuvo como objetivo establecer un modelo social que ayude a los hoteles independientes de cuatro estrellas a utilizar las redes sociales como un canal de reservas. La tesis es de carácter experimental. Por otro lado, se tomó como muestra empresas hoteleras de las ciudades de Barcelona y Madrid. Se concluye que, las redes sociales han cambiado la forma de interactuar con el usuario. Por todo lo previamente expuesto, las redes sociales han llegado para expandir la manera de llegar a nuevos clientes y concretar nuevas ventas.

León (2020) en su tesis para optar en grado de Magister en Administración de Empresas en la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil titulada: "Impacto de las redes sociales en las ventas de negocios de prendas de vestir en tiendas de la parroquia Tarqui de Guayaquil, que manejan Régimen Impositivo Simplificado (RISE)", Guayaquil, tuvo como objetivo analizar el impacto que tiene el uso de las redes sociales en las ventas de los negocios del sector comercial al por menos de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados. La tesis tiene como alcance descriptivo y correlacional. Por otro lado, se tomó como muestra a las empresas dedicadas a la venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados que manejen RISE, en la parroquia Tarqui de Guayaquil. Se concluye que, los ingresos aumentan ya que se tiene la oportunidad

de llegar a más posibles clientes, con una inversión relativamente baja. Por todo lo previamente expuesto, con una menor inversión se puede lograr un mayor alcance de clientes lo que se refleja en un aumento de ventas y presencia en el mercado.

Nacionales

Considerando como antecedente de la variable Gestión por Procesos al autor Quiroz (2017) en su tesis para optar el grado de título de ingeniero industrial por ante la universidad Católica de Santa María titulada: "Implementación de la gestión por procesos de la empresa Andino S.A.C" Arequipa, tuvo como finalidad obtener una aplicación adecuada de los procesos de reparto, proceso de ventas, proceso de gestión de almacén, proceso de mantenimiento y proceso de sistemas integrados, todo esto asesorado de una inducción optima a los trabajadores para así llevar a la empresa hacia el liderazgo en el mercado de distribución. La tesis es de carácter exploratorio y descriptivo. En ese orden, se tomo como muestra los procesos primarios del CDA de la empresa. Se llega a la conclusión que un adecuado uso de los procesos primarios con el personal debidamente capacitado mejora la productividad de la empresa generando eficiencia y competitividad en el mercado. En razón de lo antes expuesto, el aporte del trabajo de investigación es que se desea indagar sobre los procesos misionales de la empresa con la finalidad de conocer si estos generan mejora a la empresa frente a la competencia.

Ricra (2016) en su tesis para optar el grado de título de ingeniero industrial presentada en la universidad Cesar Vallejo titulada: "Aplicación de gestión por procesos para mejorar la calidad en el montaje industrial en la empresa Abantia S.A." Lima, tuvo como objetivo general determinar la medida de mejora que tiene la aplicación de la gestión por procesos en la calidad del montaje industrial de la empresa. La tesis es de carácter aplicativo descriptivo

explicativo. En otro orden de ideas, se tomo como muestra los procesos de montaje. Se concluye que la aplicación de la gestión por procesos genera una mejora en la calidad del servicio que brinda la empresa logrando alcanzar compromisos contractuales del proyecto de aplicación de la refinería la Pampilla Repsol. En razón de lo antes expuesto, el aporte del trabajo de investigación es que al aplicar una gestión por procesos se demuestra que se genera una mejora que favorece a la calidad de los procesos adquiriendo un mejor manejo de los mismos, lo que ocasiona un ahorro de recursos lo que puede conllevar a una alianza con un proveedor o empresa.

Sanchez (2016) en su tesis para optar el grado de doctorado en administración de la educación presentada en la universidad Cesar Vallejo titulada: "Gestión del talento humano y gestión directiva en la gestión por procesos en las instituciones educativas de la UGEL 04" Lima, tuvo como objetivo determinar si hay la influencia de la gestión humana y la gestión directiva en la gestión de procesos en las instituciones educativas de la UGEL 04. La tesis es de enfoque cuantitativo, de tipo básica, con tres variables, de nivel explicativo, con un diseño no experimental, de corte transversal, correlacional causal múltiple. En ese sentido, se utilizo como muestra 245 docentes. Se llegó a la conclusión que si existe una influencia positiva de la gestión del talento humano y la gestión directiva en la gestión por procesos en las instituciones educativas de la UGEL 04 logrando que los docentes alcancen un mejor ambiente laboral. Por todo lo previamente expuesto, el aporte del trabajo de investigación es que se encuentra influencia de los procesos de la empresa con los colaboradores de la misma adquiriendo más eficiencia.

Carrasco (2014) en su tesis para optar el grado de titulo de ingeniero industrial presentada en la universidad Católica de Santa María titulada: "Propuesta de un modelo de gestión por procesos para la Zona Registral N° XII- Sede Arequipa" Arequipa, tuvo como

desarrollo lograr que la Zona Registral N° XII- Sede Arequipa se consolide como una entidad más ágil en los procesos de contratación, desarrollo de estudios, procesos de administración de contratos y priorizar el seguimiento de las actividades, escogiendo los últimos adelantos tecnológicos informáticos mediante el desarrollo de sistemas basados en internet-Sitio Web. La tesis es de carácter experimental. Asimismo, se utilizó como muestra los procesos internos. Se concluye que la optimización en la gestión por procesos y la correcta aplicación fortalezcan la gestión de calidad de la institución. Según todo lo expuesto anteriormente, el aporte del trabajo de investigación es que los procesos correctamente ejecutados contribuyen a favorecer a la empresa de manera que pueda incorporar nuevas herramientas ya sea en un caso de un sitio web o entre otros.

Amez (2018) en su tesis para optar el grado de magister en gestión pública presentada en la universidad Cesar Vallejo titulada: "La gestión por procesos desde la percepción de los trabajadores de la Ugel 05, SJL-Lima-2018", tuvo como objetivo diferenciar el nivel de percepción sobre la gestión por procesos de los trabajadores de la UGEL 05. La tesis es de carácter descriptivo comparativo y enfoque cuantitativo. Por otro lado, se utilizó como muestra a 162 trabajadores entre Técnicos, Especialistas y Administrativos nombrados y CAS de la UGEL 05. Se concluye que se halla diferencia entre el nivel de captación sobre la gestión por procesos de los trabajadores de la UGEL 05. Por lo previamente mencionado, el aporte del trabajo de investigación es que es fundamental que los colaboradores tengan conocimiento de los procesos de la empresa con la finalidad de alcanzar un mejor uso de cada uno de ellos.

Eneque y Tello (2020) en su tesis para optar el grado de título de ingeniero industrial presentada en la universidad Señor de Sipán titulada: "Análisis de los procesos desde un enfoque de gestión por procesos en la empresa Comercio Industria y Servicios Gmv

E.I.R.L.” Pimentel, tuvo como objetivo examinar los procesos a partir de un enfoque de gestión por procesos para averiguar de qué forma se gestiona en la actualidad y determina la problemática presente en la empresa Comercio Industria y Servicios Gmv E.I.R.L. De igual forma se justifica porque permitió conocer de que modo se ejecutan los procesos y problemas que acarrear. De esta forma de trabajo se conseguirá estudiar la posibilidad y conveniencia de emplear una gestión por procesos. La tesis es de carácter descriptiva y aplicada, con un diseño no experimental bajo un enfoque cuantitativo. En ese sentido, se tomó como modelo todos los procesos y por 21 trabajadores de la empresa. Se concluye que la empresa no aplica la gestión por procesos, sino que realiza sus procesos de manera independiente lo que señala un modelo de gestión tradicional, lo que origina una comunicación nula entre sus áreas y predispuesta a problemas. Por todo lo previamente expuesto, el aporte del trabajo de investigación es la relevancia de contar con una documentación idónea de procesos y conocimientos sobre ellos contribuye a un mejor manejo de la empresa.

Por otro lado, con respecto a la variable Redes Sociales se tiene que Pérez (2019) en su tesis para optar el grado de Título profesional de licenciado en Administración en la Universidad Señor de Sipán titulada: “Estrategias de Marketing en Red Social Facebook para el posicionamiento de la empresa Inversiones Talentos Spa E.I.R.L., Chiclayo 2019”, Chiclayo, tuvo como objetivo proponer estrategias de marketing en la red social Facebook para el posicionamiento de la empresa Inversiones Talentos Spa E.I.R.L. Chiclayo 2019. La tesis es de carácter descriptivo de diseño no experimental. Por otro lado, se tomó como muestra a 207 clientes de la empresa Inversiones Talentos Spa E.I.R.L. Se concluye que, mediante el estudio de dimensiones dando que el 100% de los clientes afirman que el servicio se diferencia de la competencia. Por todo lo previamente expuesto, se evidencia que tener

presencia en Redes Sociales hace diferencia ante la competencia y expande el alcance a nuevos clientes.

Gonzalez (2020) en sus tesis para optar el Título de Ingeniería Empresarial en la Universidad Privada del Norte titulada: “Estrategia de Redes Sociales que influya en la gestión de ventas en el restaurante Los 5 Tenedores”, Trujillo, tuvo como objetivo determinar en qué medida la estrategia en Redes Sociales influye en la gestión de ventas del restaurante Los 5 Tenedores. La tesis tiene como enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y de diseño pre-experimental. Por otro lado, se tomó como muestra no probabilística de 50 clientes y trabajadores del Los 5 Tenedores. Se concluye que, la aplicación de la estrategia de Redes Sociales se obtiene un incremento en las ventas de 39,39% (S/ 29,669.00) estimada de manera anual. Por todo lo previamente expuesto, se visualiza que tener presencia en Redes Sociales ayuda a un incremento en las ventas.

Arana (2021) en su tesis para optar el Título de Administración y Marketing en la Universidad Privada del Norte titulada: “Uso de las Redes Sociales y su relación en las ventas del restaurante “KALUMA” en la ciudad de Trujillo en el año 2021”, Trujillo, tuvo como objetivo determinar el uso de las Redes Sociales y las ventas del restaurante “KALUMA” en la ciudad de Trujillo, 2021. La tesis tiene una metodología descriptiva y correlacional, así como un análisis de tipo cuantitativo, no experimental y transversal. Por otro lado, se tomó como muestra a 164 clientes registrados en la base de datos del restaurante “KALUMA”. Se concluye que, existe una relación entre las redes sociales y las ventas dando como resultado que un mayor uso de las Redes Sociales por parte de consumidores logra que las ventas del restaurante aumenten. Por todo lo previamente expuesto, tener una mayor presencia por Redes Sociales sumado al uso de las mismas por parte de los consumidores conlleva a un aumento en las ventas.

Al respecto de lo anteriormente mencionado se tiene como bases teóricas los siguiente:

Gestión por procesos

De acuerdo a Negrín (s.f.) mencionado por Almaguer et al. (2014) indica que la Gestión por Procesos se puede definir como la manera de efectuar toda la organización utilizando los procesos, definidos como cadena de actividades encaminadas a proporcionar un valor agregado en una entrada para adquirir mejores efectos y además una salida que satisfaga las indicaciones que el cliente ordena.

De esta manera, se presentan los antecedentes de la variable Gestión por Procesos, de acuerdo a Sánchez y Blanco (2014) aseguran que la gestión por procesos aparece como un sistema de gestión orientado a pulir la eficiencia interna, así como también a suprimir todo lo que el cliente no valora. Por lo tanto, es una filosofía para tomar en cuenta en tiempos difíciles como los actuales. En el mundo empresarial, la importancia de la gestión por procesos implica el progreso de abundantes investigaciones al respecto en el ámbito académico. Es por esto que, después de muchas décadas con publicaciones respecto al tema, considera preciso analizar en que punto se ubica el campo de investigación y que áreas o temáticas faltan por desarrollar.

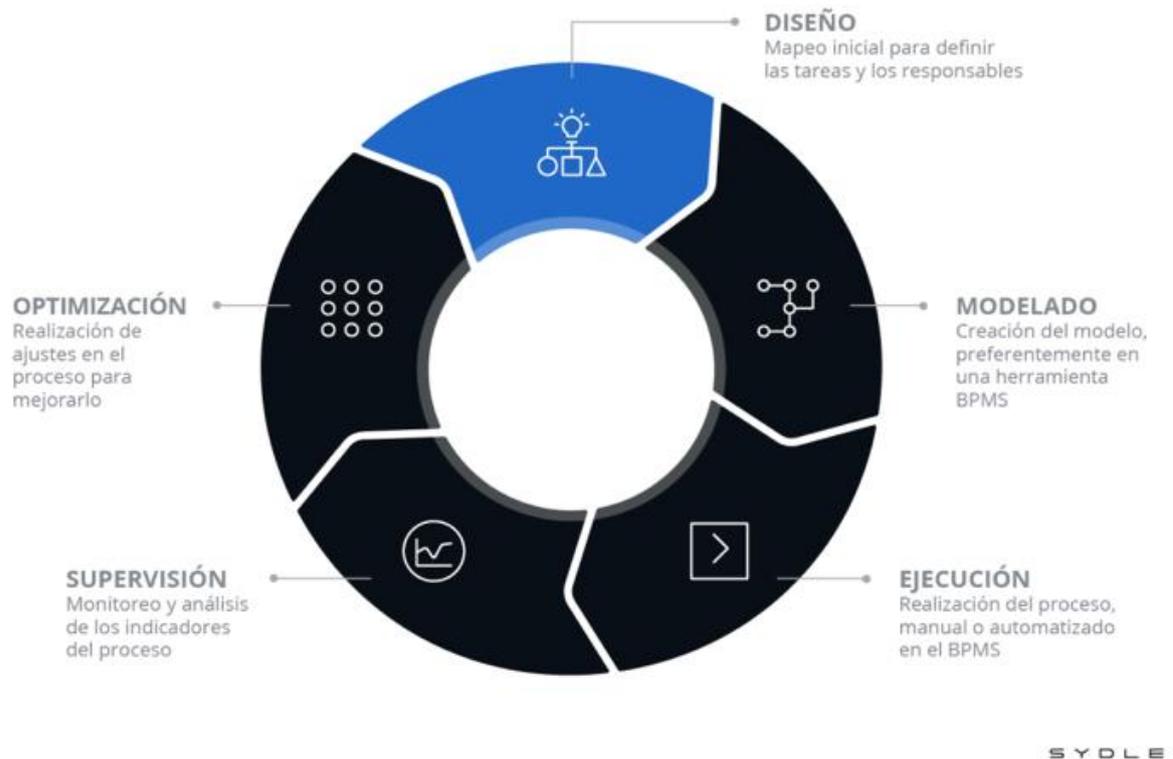
Según Berna (2015) asegura que analizar minuciosamente los procesos y su desarrollo conforme pasa el tiempo, es una labor que les faculta ver tendencias con pros y contras, regularmente al realizar este examen continuo se puede distinguir si se haya duplicidad de procesos, oportunidades de una mejora continua para procesos favorables, dependencia de procesos y conflictos entre áreas por procesos dependientes.

La Gestión por Procesos es una forma de dirigir empresas y organizaciones basándose en procesos, de modo que todos actúen en pro de objetivos comunes. Para que un reloj

funcione bien, sin fallas ni retrasos, todos los engranajes deben estar en perfecto estado, ¿verdad? La gestión por procesos es exactamente eso, pero aplicada a las organizaciones. Como un reloj, las empresas se componen de partes y sistemas que trabajan juntos para un objetivo común (o varios). Colaboradores, sectores, equipos, recursos, **todo debe funcionar sincronizado** para asegurar un buen desempeño (SYDLE, 2021).

Figura 1

¿Cómo funciona la Gestión por Procesos?



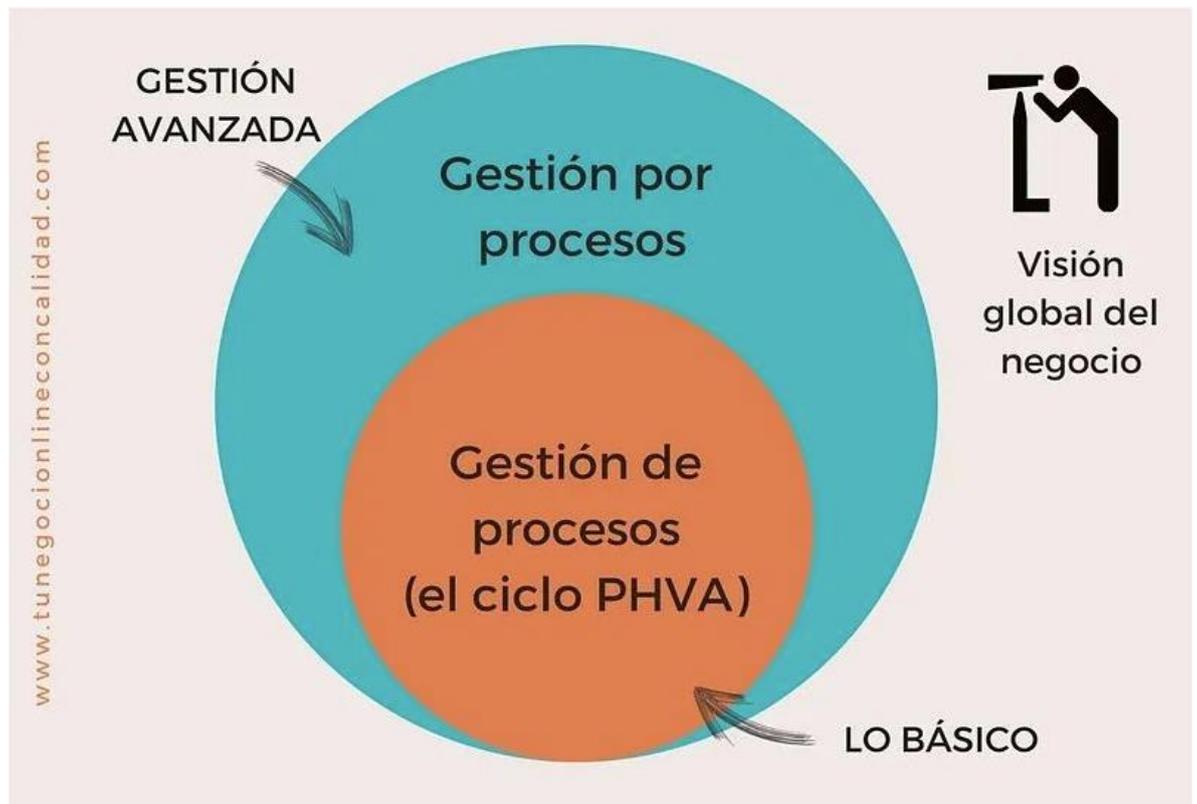
Nota. Se visualiza los pasos a seguir en la Gestión por Procesos. Tomado de *Sydle*, por Sydle, 2022.

La gestión por procesos implica establecer una visión de la organización mediante sus procesos. Se pretende visualizar el negocio como una serie de procesos que tiene como

punto de partida los requisitos puestos por el cliente y como finalidad la satisfacción del mismo. La gestión por procesos plantea formarse en base a los procesos operativos principalmente. En resumen, se tiene que la gestión por procesos abarca la gestión de procesos. Tiene como percepción global del negocio que la agrupación de procesos intercomunicados enfocados a la satisfacción de sus clientes (externos e internos). Incrementa la perspectiva a procesos de las áreas de nuestro planteamiento holístico (Gehisy, 2018).

Figura 2

Visión global del negocio



Nota. Dentro de la Gestión por Procesos está la Gestión de Procesos. Tomado de *Tu Negocio Online Con Calidad*, por Gehisy, 2018.

Procesos claves

Relacionados específicamente a los bienes y servicios brindados los cuales están orientados a los clientes. Asimismo aportan valor, en consecuencia el resultado beneficia directamente a los usuarios. Mayormente cuando se utilizan estos procesos interactúan diferentes áreas funcionales empleando los mayores recursos (Conexión Esan, 2016).

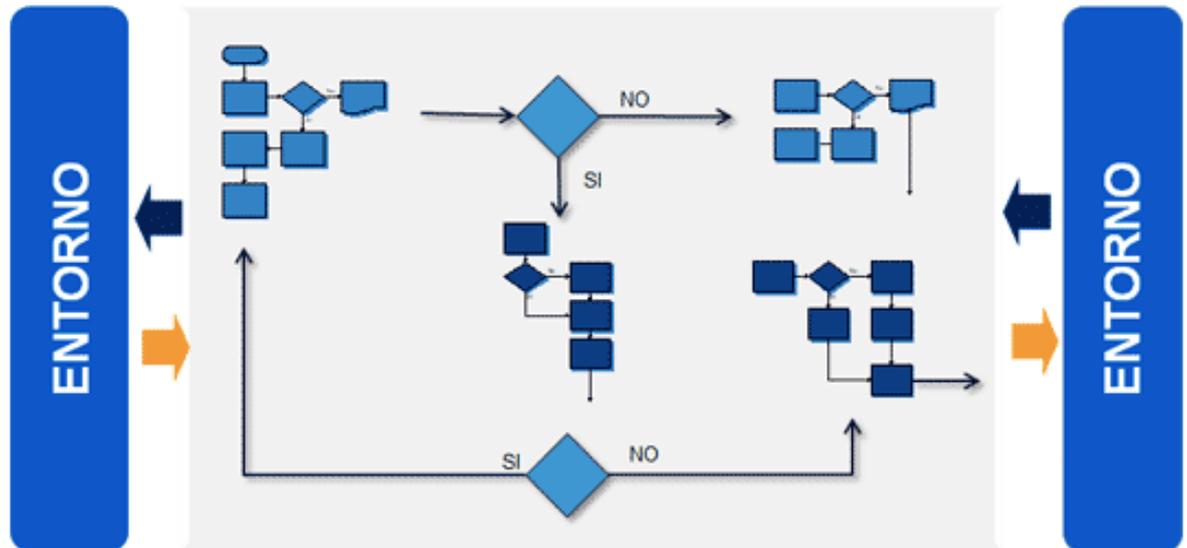
Mapa de procesos

El mapa de procesos es un documento relevante que ayuda a descubrir cómo se relaciona una empresa con el ambiente, particularmente como medio visual en las reuniones de trabajo. Se puede conceptualizar como la representación con gráficos de los procesos de una organización y su vínculo con su entorno específicamente con los interesados. Existen una pluralidad de posibilidades de mapas de procesos, pero particularmente este artículo brinda una metodología con un modelo de éxito contrastado, sin embargo, según la compañía se preferirá distintos aspectos (Control Group, 2018).

Un mapa de procesos es constante con el panorama de la empresa como un sistema de procesos. La gestión exige distinguir a la empresa como un sistema. A su vez, contienen subsistemas que posibilitan el alcance de los objetivos de la organización. El sistema y los subsistemas trabajan mediante procesos encargados de resultados. En ese sentido, toda actividad se comprende como integrada en un proceso. En ese panorama es necesario entender la sucesión de actividades que conllevan a la realización de productos y servicio. En conclusión, se proyecta a la empresa como un sistema. El sistema está sumido en un ambiente, que genera entradas y salidas o resultados (inputs y outputs, respectivamente) (Aiteco, 2012).

Figura 3

La organización constituye un sistema de procesos



Nota. Dentro de cada proceso existen inputs y outputs que alimentan al mismo. Tomado de *Aiteco Consultores*, por Aiteco Consultores, 2012.

Procesos

Para Torres (2020) un proceso es un conjunto de actividades que se desarrollan enlazadamente, es decir es como una cadena para lograr un objetivo o finalidad en concreto. En una empresa, el conjunto de procesos obtendrá como resultado la entrega de un producto o servicio al usuario. Los procesos importantes que se tienen en mente en una empresa son los procesos operativos los cuales encarnan la producción de las organizaciones. Asimismo, se encuentran otros procesos que son el sosten de estos procesos operativos. En general podemos dividir los procesos en:

Procesos estratégicos,

Procesos operativos,

Procesos de apoyo,

Procesos de gestión.

Dimensiones de la gestión por procesos

Torres (2019) clasifica en tres categorías el manejo de este instrumento:

El modelo del proceso: dentro de este punto se realizan supuestos a cerca de los tiempos y costos que se usan para cada función.

Es utilizada para supuestas circunstancias con la finalidad de determinar caminos delicados o lo usualmente conocido como "cuellos de botella" los cuales que interfieren en un proceso ya que no funcionan de manera eficiente causando muchas veces un bajo nivel de productividad.

Es así que contando con esta data, resulta beneficioso en el afinamiento del proceso previo a efectuar.

Ejecución: concierne realizar el proceso en un motor BPM que sea de utilidad en llevar a cabo el flujo de punto a punto (sistemas con las personas) a través de la recaudación de información sobre efectuar a diario los procesos para que facilite el reconocimiento de probables ineficiencias de los mismos para de tal forma lograr su optimización.

Monitoreo: en este punto corresponde inspeccionar los procesos de negocios que se encuentran efectuándose con lo que se pueda establecer indicadores fundamentales en el rendimiento, así como otras medidas.

Importancia de la gestión por procesos

Favorece a que la empresa cuente con la oportunidad de organizar sus funciones internas, mediante las cuales deben distinguir las necesidades de los clientes externos. Así se pueda desplegar y determinar los procesos y procedimientos para las diversas áreas. Por ende, si los procesos de la empresa se ejecutan adecuadamente se obtendrá una mejor

eficiencia y productividad, lo cual disminuiría costos, fallos y riesgos. Asimismo, la adecuada gestión por procesos promueve una buena práctica de la gestión financiera, además ofrece un panorama del estado de la empresa y si se están alcanzando los objetivos planeados.

Reingeniería de procesos

Se refiere al rediseño de procesos, mediante el cual se comunica a los ejecutivos la exigencia de empezar desde cero para reconsiderar y reformar la manera en la que se realiza el trabajo y para suplir procesos fundamentales por nuevos cuando se vuelvan ineficientes y no ayuden a la productividad.

Pasos para implementar una gestión por procesos

Son seis pasos que aportan a mejorar los procesos desde identificar los fallos hasta las acciones que se deben implementar.

Paso 1: selección de problemas

Lo que se busca desde el inicio una mayor coherencia y exactitud en la definición de los problemas de calidad y productividad.

Paso 2: Cuantificación y subdivisión del problema

Encontrar con mayor precisión el problema y si a raíz de estos se generan subproblemas que abordar.

Paso 3: Análisis de causas raíces específicas

Encontrar las causas específicas del problema a abordar lo cual generara que ya no exista recurrencia del mismo.

Paso 4: Establecimiento del nivel de desempeño exigido

Establecer el nivel de desenvolvimiento exigido al sistema, así como de las metas a alcanzar sucesivamente

Paso 5: Diseño y programación de soluciones

Planificar las soluciones que repercutirán en la supresión de la causas raíces.

Paso 6: Implantación de soluciones

- Probar la validez de las soluciones y si es necesarios realizar ajustes
- Verificar que las soluciones sean entendidas e implementadas por la empresa
- Verificar los valores de desempeño para evaluar el impacto
- Si es necesario, comenzar la activación con una experiencia piloto como prueba de campo a la solución propuesta (Castillo, 2021).

Ventas por Redes Sociales

Teniendo como definición de ventas por Redes Sociales, Da Silva (2022) menciona que las ventas por redes sociales se refieren al proceso de atraer, nutrir y convertir clientes potenciales utilizando plataformas de social media como Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, entre otras. También conocido como social selling, su objetivo es estimular la interacción con los prospectos y aumentar su nivel de compromiso con una marca – es decir, hacerles avanzar en el embudo de conversión en un entorno virtual en el que pasan muchas horas de su día. Además, las ventas por redes sociales pueden ayudarte a cultivar relaciones duraderas con personas que ya compran tus productos y servicios.

También Da Silva (2022) menciona la importancia de invertir en ventas por redes Sociales, las cuales son: existencia de una demanda, puesto que de acuerdo a un informe de Facebook IQ ocho de cada diez consumidores buscan nuevos productos por medio de las Redes Sociales; es gratuito, según un estudio de HootSuite se visualizó que más de 4,62 millones de personas en todo el mundo usan las redes sociales las cuales han tenido un crecimiento del 12% anual desde el 12% lo que refleja a un alcance de manera global sin

costo alguno; aumenta los ingresos, según Sprout Social Index señala que el 90% de las personas compran productos y servicios por de una empresa justo después de seguirlas y los datos también revelan que 80% prefieren seguir comprando en dicha empresa a buscar; facilita el crecimiento de la empresa, según una investigación de Nielsen el 84% de los consumidores confían más en empresas que han sido recomendadas por sus amigos, familiares o conocidos.

Por otro lado, Da Silva (2022) señala la forma de vender a través de redes sociales: descubriendo qué plataforma utilizan tus clientes, teniendo a facebook como la red social más popular con 2,9 millones de usuarios activos, seguido por YouTube con 2,5 millones, WhatsApp con 2 millones y terminando con Instagram con 1,4 millones de usuarios al mes; diseñando una estrategia de contenidos a la medida del canal, un estudio reciente señala que el 60% de los especialistas en marketing informan que el marketing de contenido genera demanda y/o clientes potenciales, el 70% de los profesionales dicen que el marketing de contenido ayuda a educar a la audiencia y el 60% mencionan que ayuda a fidelizar a los clientes existentes; monitorear los resultados de tus esfuerzos, tener métricas de ventas adecuadas; hacer cambios necesarios, después de encontrar la red social adecuada y tener resultados de las métricas hacer los cambios correspondientes; registrar el procesos y repetir lo que salió bien, según un informa de SemRush el 78% de las marcas que tuvieron éxito en 2021 tiene estrategias de marketing de contenido documentada lo que se refleja a que son capaces de revisar errores y aciertos, replicando los aciertos.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo el diseño de la gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales da un mejor enfoque para las ventas de la empresa Cecy's Store, Trujillo 2020?.

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Por otro lado, siendo el objetivo general, diseñar la gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales de la empresa Cecy's Store, Trujillo 2020.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar el análisis de la situación actual de la empresa Cecy's Store.
- Inventariar los procesos de la empresa Cecy's Store.
- Diagramar los procesos de ventas de la empresa Cecy's Store.
- Estimar los costos del diseño de la gestión por procesos para las ventas por Redes Sociales.

1.4. Hipótesis

Hipótesis central

No existe una venta por Redes sociales en la empresa Cecy's Store, es por esto que se propone como solución diseñar una Gestión por Procesos para las ventas por Redes Sociales el cual dará un mayor alcance de clientes lo que se refleja en más ventas.

Hipótesis específicas

El diseño de una Gestión por Procesos para las ventas por Redes Sociales en la empresa Cecy's Store es indispensable debido a que las ventas actuales son mínimas y sumándole el COVID-19 genera que no obtengan ventas constantes.

Las ventas por Redes Sociales son adecuadas para lograr un aumento en las ventas e ingresos, lo cual mejora la comunicación con el cliente por parte de la empresa Cecy's Store logrando fidelizarlo y consiguiendo una próxima compra por parte del mismo.

1.5. Justificación

El presente estudio contribuye a que la empresa Cecy's Store visualice rentabilidad al diseñar una gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales, esto debido a la gran ventaja que le proporcionaría el uso de las múltiples herramientas que se encuentran actualmente en el mercado e internet logrando que la empresa se expanda más, por lo cual aumentaría la venta de sus productos, asimismo en la presente pandemia, conocida como Covid-19, beneficiaría incluso más, ya que las ventas totales de la empresa se realizarían por redes sociales evitando la exposición al virus con la manera de compra tradicional, así como la investigación de Campines y González (2021) concluye que la pandemia de COVID-19 ha dejado en evidencia la importancia de tener ventas por Redes Sociales puesto que es un gran apoyo tanto a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas lo que podemos contrastar con el presente trabajo de investigación donde por la pandemia del COVID-19 se busca otras opciones de ventas para poder seguir teniendo un ingreso mensual.

También se usó la investigación de Durán et al. (2021) donde se puede contrastar que anteriormente no se le prestaba la atención debido a la ventas por Redes Sociales pero por la pandemia del COVID-19 por la misma necesidad de los emprendedores en salir adelante vieron una manera de poder contrarrestar usando las Redes Sociales y no solo durante la pandemia sino que cuando todo se "normalice" seguirá siendo una forma factible de ventas por el alcance que conlleva el uso de las mismas y la rapidez de las ventas.

Actualmente las empresas van modernizándose y usando nuevas maneras de venta así como menciona González, Medina y Sánchez (2015) donde obtiene que las Redes Sociales dan un apoyo a las ventas pero algunos emprendedores o bien por falta de conocimiento o por falta de interés no las emplean ocasionando que no tenga las mismas oportunidades de

aquellas empresas que sí las utilizan; hoy en día es indispensable contar con Redes Sociales para poder competir y tener notoriedad con el mercado.

Por otro lado, la investigación también aporta tecnológicamente debido a que la tecnología aplicada puede servir como referencia al mismo sector. Finalmente, el trabajo puede aportar a la parte académica como antecedentes a otros compañeros de la carrera interesados en el tema.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo y diseño

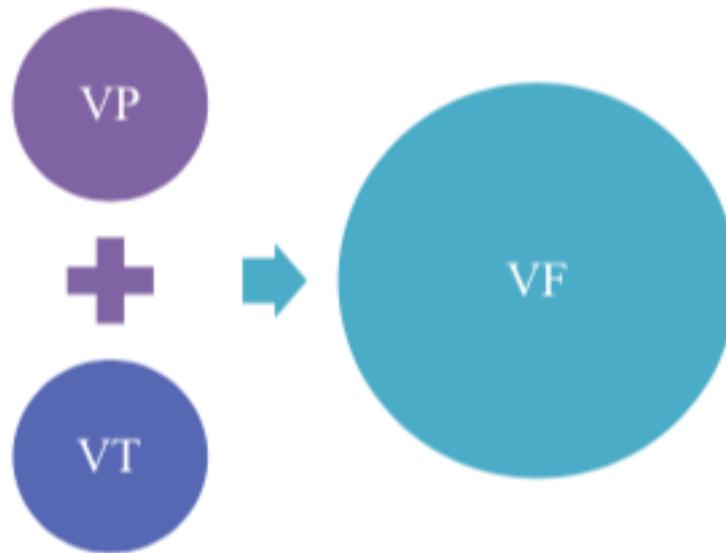
El presente trabajo de investigación tiene un enfoque de estudio cualitativo, según Sadín (2003, p.123, citado por Bisquerre, 2016) citado por Rojas (2018) la investigación cualitativa es una actividad sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también hacia el descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimiento.

Asímismo, es de clasificación propositiva, Del Rincón (1995) citado por Domingo (2008) menciona que, investigación propositiva: parte de un diagnóstico, se establecen metas y se diseñan estrategias para alcanzarlos.

Teniendo un tipo de estudio propositivo, según Por otro lado, es de conocimiento perseguido es aplicada, citando a Murillo (2008) citado por Vargas (2009) la investigación aplicada recibe el nombre de "investigación práctica o empírica", que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos obtenidos, a su vez que obtienen otros, luego de implementar y sistematizar práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad.

De igual modo, de planificación en las mediciones o recolección de datos es prospectivo, según Gogeochea y Pavón (2010) Prospectivo Estudio que contiene parte de la información y por adquirir nueva información.

Figura 4
Diagrama del diseño de la investigación propositiva



Nota. VP: Variable Propositiva (Diseño de un modelo de Gestión por Procesos), VT: Variable Temática (Redes Sociales) y VF: Variable Fáctica (Aumento de ventas mediante Redes Sociales). Tomado por *Repositorio UPN*, por Alva y Goicochea, 2022.

Por el lado del número de mediciones en un determinado tiempo es transversal. En este punto, Coll (2020) lo define como una investigación observacional en la cual se utilizan diferentes variables de una población de muestra en específico reunidas en un determinado periodo de tiempo.

De la misma manera la intervención del investigador es observacional. En ese sentido la investigación observacional se ciñe a la medición de variables a estudiar teniendo un carácter estadístico o demográfico, siendo así que los estudios observacionales se ajustan a lo que necesita cada investigación, asimismo este estudio es más práctico y factible de

realizar ya que no necesita una participación excesiva por parte de los individuos que participan (Equipo de Expertos en Ciencia y Tecnología, 2017).

Finalmente, la investigación no experimental implica realizar como su mismo nombre lo indica una labor investigativa, la cual conlleva a estudiar hechos o sucesos en su entorno natural sin que el investigador realice modificaciones de las circunstancias. En ese sentido, las variables a investigar no son manipuladas, por el contrario el investigador se centra en observar los sucesos registrando cada uno tal cual, para analizarlo durante la investigación (Pérez, 2023).

2.3 Población y muestra

La población se conceptualiza como la totalidad de componentes o individuos de utilidad para la investigación. Por ello, la población objetiva del presente estudio son 9 procesos tales como: gestión de la dirección, gestión financiera, gestión de compra, gestión de ventas, gestión de marketing, logística, gestión de almacén, gestión contable y gestión de mantenimiento; así como los dos directivos (Gerente General y Sub Gerente) de la empresa en el año 2020, asimismo, la muestra parte de la población ya que es un subgrupo que parte de la misma. Por lo tanto, la muestra del presente trabajo de investigación es acerca del proceso de ventas y la Gerente General en el año 2020, teniendo como tipo de muestreo por conveniencia por la conyuntura actual del virus Covid-19, según Ochoa (2015) menciona que el muestreo por conveniencia se emplea cuando los individuos usados en la investigación son accesibles y corresponden a la población de interés para el estudio y no se escogen en base a un criterio estadístico.

Por lo tanto, la muestra está definida por los procesos core de la empresa Cecy's Store

Procesos

- Criterios de inclusión: de todos los procesos de Cecy’s Store se tomó el proceso de ventas dando más aporte para el trabajo de investigación.
- Criterios de exclusión: de todos los procesos de Cecy’s Store se excluyeron los demás procesos ya que no abarcan las ventas de la empresa.

Colaboradores

- Criterio de inclusión: de los directivos de Cecy’s Store se tomó a la Gerente General ya que es la que pudo brindar toda la información de la actualidad de la empresa.
- Criterios de exclusión: de los directivos de Cecy’s Store se excluyó al Sub Gerente debido a que su función dentro de la empresa es de despacho de los pedidos.

2.4 Técnica e instrumentos

Entrevista

Como técnica se usó la entrevista la cual estuvo dirigida al gerente general pues permitirá tener más detalle de la situación de la empresa y tener un mejor conocimiento de la misma, por ello las preguntas pueden variar en el transcurso de la entrevista y al finalizar todos los datos de almacenarán un una tabla de Excel. (Ver ANEXO n° 6). La cual fue validada por un experto. Por otro lado, los intrumentos que se usarón fueron:

Tabla 1

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección y análisis de datos	Instrumentos	Herramientas
La entrevista	Cuestionario de preguntas	Lapicero Cuaderno

En la presente investigación como procedimiento se realizará una entrevista al gerente general, para poder lograrlo se agendará una cita en la cual pueda reunirme con el gerente general, para así hacer la entrevista que en el transcurso podrá variar con el fin de obtener los datos principales y requeridos de la empresa y así conocer la situación actual de la empresa y ver los problemas principales en el área de ventas. Al obtener toda la información se utilizará excel para el procesamiento de tablas y frecuecna y posteriormente mediante word se almacenará la información, el cual podrá analizar y diseñar los procesos para las ventas mediante Redes Sociales y así lograr la mejora en la gestión por procesos de la empresa, pues se podrá utilizar los conocimientos obtenidos para la creación de una manera

óptima de ventas mediante Redes Sociales en concordancia de la mejor opción para la empresa.

Documentación brindada

Como otra técnica de recolección de datos se utilizó documentación brindada por la empresa para poder continuar con la investigación tal como un documento de préstamo personal de la Gerente General y un cuaderno con las ventas generadas en periodo del año 2021. Cabe resaltar que la empresa no autoriza de mostrar dicha documentación.

2.5 Aspectos éticos

Como aspectos éticos y consentimiento informado se tiene que todos los datos recolectados por medio de la entrevista al gerente general de la empresa se utilizará exclusivamente para el desarrollo del presente trabajo de investigación, por lo cual toda información quedará de manera confidencial y no podrá ser compartida con nadie a menos que haya autorización del gerente general de la empresa.

El Colegio de ingenieros del Perú (2018) mediante el código de ética menciona que “mantener la debida reserva y discreción respecto a los trabajos, datos e informaciones de índole técnica, financiera y otras de naturaleza confidencial que obtenga de su cliente en el ejercicio de su actividad profesional” (cap. VI, art. 45).

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Realización del análisis de la situación actual de la empresa Cecy’s Store.

Situación actual

Cecy’s Store actualmente no cuenta con un registro de las ventas de manera óptima ya que lo realizan en un cuaderno conllevando a no tener un adecuado control de sus ingresos y sumado a ello no cuentan con una encargado que apoye en las ventas o que ayude en sus redes sociales.

Entrevista

1. ¿En qué sector se desarrolla la empresa?

La empresa se desarrolla en el sector comercial.

2. ¿Cuáles son los objetivos de la empresa?

- Hacer crecer la empresa por medio de las redes sociales.
- Llegar a tener un local comercial.

3. ¿Cómo adquiere sus productos?

Me contacto con una empresa que vende al por mayor y lo que yo hago es hacer que me pase su catálogo para publicarlo en mi WhatsApp y comunicarle a sus contactos y/o amistades y en base a los productos que me pidan hago un listado para comprar a la empresa que me vende todo, a su vez, pido algunos productos para tenerlos.

4. ¿Tiene a alguien que maneje sus redes sociales?

No, lo único que hago es publicar en ellas y pedir que mis familiares y amigos compartan.

5. ¿Dónde almacena sus productos?

En mi casa, una pequeña habitación.

6. ¿Cómo es la entrega de los productos?

Si es a otra ciudad lo envío por agencia y si es acá (Trujillo) por delivery.

7. ¿La empresa tuvo pérdidas y/o sece de ventas por la pandemia?

Tuvo sece de ventas aunque en los últimos meses del año (2020) hubieron unas ventas fuera de la ciudad.

8. ¿Cuenta actualmente con empleados?

No, todo los procesos los manejo yo (Gerente General) y mi esposo (Sub Gerente).

9. ¿Cuenta con algún plan o estrategia para reanudar las ventas?

Por el momento no cuento con un plan, me estoy enfocando en vender el stock disponible.

10. ¿Qué opina sobre la gestión por procesos para ayudar en sus ventas?

Me parece una buena opción porque me daría una mejor visión a qué hacer y ver en que puede estar fallando mi empresa.

Registro Único de Contribuyente

Figura 5
RUC de Cecy's Store

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	10267198735 - FATAMA FLORES DE PAEZ CECIBEL		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 26719873 - FATAMA FLORES DE PAEZ, CECIBEL		
Nombre Comercial:	-		
Afecto al Nuevo RUS:	SI		
Fecha de Inscripción:	08/03/2018	Fecha de Inicio de Actividades:	08/03/2018
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	-		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4799 - OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR NO REALIZADAS EN COMERCIOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	NINGUNO		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Emisor electrónico desde:	-		
Comprobantes Electrónicos:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones:	NINGUNO		
Fecha consulta: 08/04/2021 18:09			

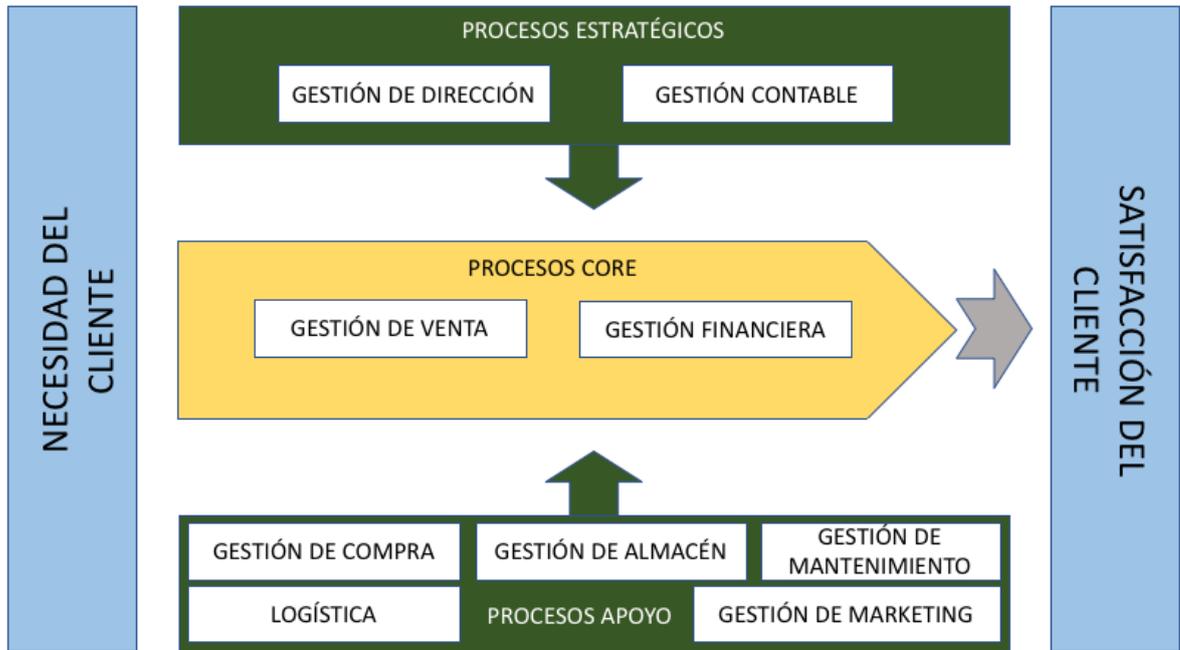
Nota. Información obtenida del SUNAT de la titular de empresa Cecy's Store. Tomado por SUNAT, por SUNAT, 2021.

Productos

Ir a ANEXO n° 7 para ver imágenes de los productos.

Mapa de procesos

Figura 6
Mapa de procesos de Cecy's Store



Nota. Procesos estratégicos, procesos principales y procesos de apoyo de la empresa Cecy's Store.

3.2 Inventariado de los procesos de la empresa Cecy’s Store.

Tabla 2
Inventario de procesos de Cecy's Store

Tipo de proceso	Nivel 0		Nivel 1	
	Código	Proceso	Código	Proceso
ESTRATÉGICO	E01	Gestión de la dirección	E01.01	Gestión de control
			E01.02	Gestión de estrategias de ventas
			E01.03	Gestión de estrategias de compras
			E01.04	Gestión del cliente
			E01.05	Gestión de mejora continua
			E01.06	Gestión del mercado
	E02	Gestión contable	E02.01	Proceso de cálculos
			E02.02	Proceso de pagos de compras y/o servicios
			E02.03	Proceso de comprobación de ingreso por ventas
CORE	C01	Gestión de ventas	C01.01	Gestión de stock
	C02	Gestión financiera	C02.01	Proceso de evaluación de préstamos
			C02.02	Proceso de pagos a terceros
APOYO	A01	Logística	A01.01	Proceso de abastecimiento
	A02	Gestión de almacén	A02.01	Proceso de requerimiento de productos
			A02.02	Proceso de cotización de productos
			A02.03	Proceso de compra de productos
	A03	Gestión de marketing	A03.01	Gestión de publicidad

	A04	Gestión de compra	A04.01	Gestión de stock
			A04.02	Gestión de proveedores
	A05	Gestión de mantenimiento	A05.01	Proceso de mantenimiento preventivo
			A05.02	Proceso de mantenimiento correctivo

3.3 Diagramación del proceso de ventas de la empresa Cecy's Store.

SIPOC

Figura 7
SIPOC del Procesos de Ventas de Cecy's Store

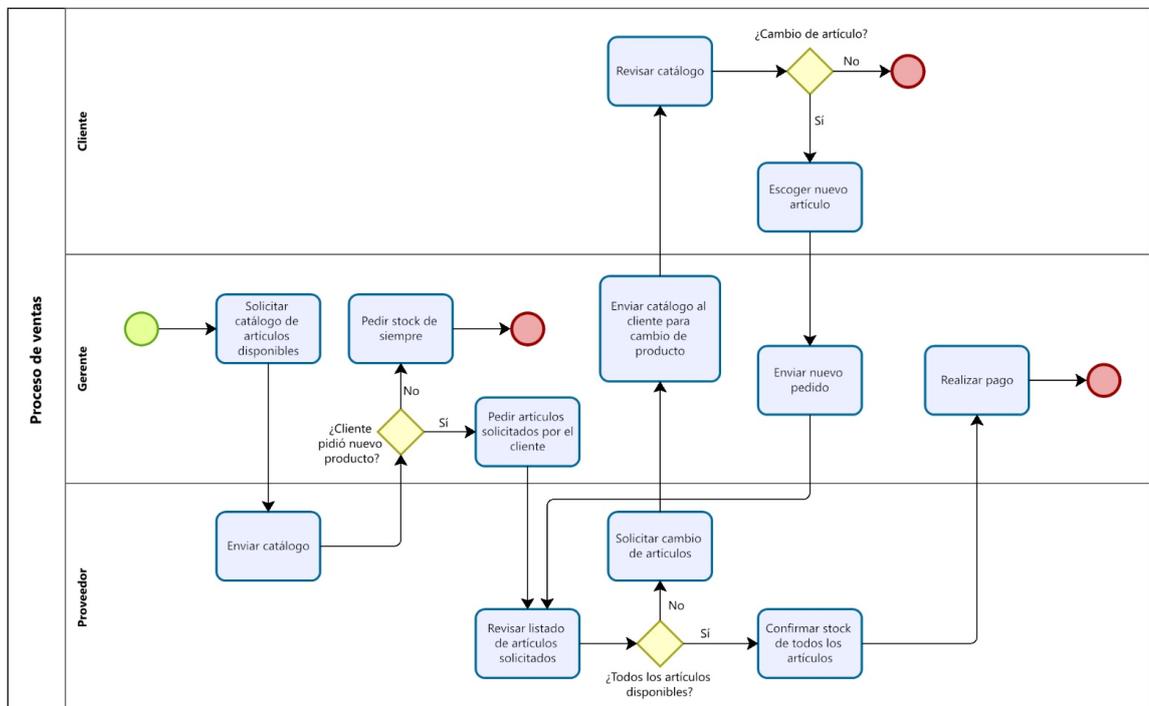


Nota. Se ven los proveedores, las entradas, el proceso en sí, las salidas y los clientes que interfieren en el proceso de ventas de la empresa Cecy's Store.

Proceso de Ventas AS IS

El vendedor (Gerente General) solicita catálogo al proveedor, el cual le envía y si no hay pedidos por parte de los clientes pide el stock que regularmente utiliza. En caso el cliente haga un pedido, el vendedor solicita al proveedor el artículo solicitado que a su vez el proveedor revisa stock, si hay stock le comunica al vendedor el cual realiza el pago del mismo; en caso no haya stock le comunica al vendedor el cual envía el catálogo al cliente para realizar un cambio de pedido, el cliente lo revisa y si no desea otro modelo acaba el proceso, pero en caso desee un nuevo artículo le dice al vendedor el cual le dice al proveedor, vuelve a revisar si hay stock del nuevo artículo, si no hay stock se vuelve a solicitar cambio de artículo, si hay stock se confirma disponibilidad al vendedor el cual realiza el pago.

Figura 8
Proceso de Ventas AS IS de la empresa Cecy's Store

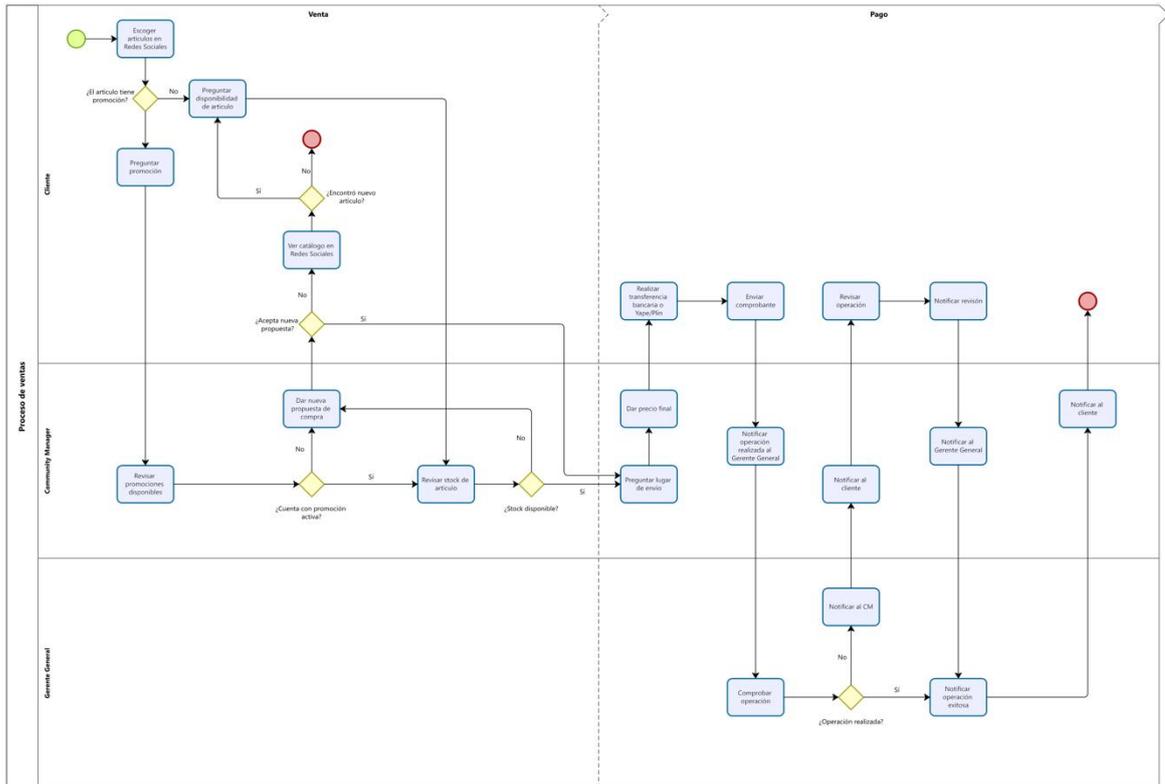


Nota. Proceso de Ventas de la empresa Cecy's Store donde interfieren el proveedor, en Gerente General y el cliente.

Procesos de Ventas TO BE

Ya teniendo stock de variedad de artículos el proceso comienza en que el cliente mediante las redes sociales escoge un artículo de su agrado que este o no en promoción, en caso el artículo este en promoción le consulta al vendedor (Gerente General) el cual revisa en caso este activa la promoción, en caso de estar activa revisa stock y de haber disponibilidad consulta lugar de envío, da precio final y el cliente hace el pago. En caso el artículo no es en promoción, el cliente pregunta disponibilidad del artículo y el vendedor revisa stock, si hay disponibilidad consulta lugar de envío, da precio final y el cliente hace el pago, pero si no hay stock da una nueva propuesta si el cliente acepta la propuesta sigue el proceso hasta realizar el pago por otro lado, si no acepta la nueva propuesta revisa el catálogo y en caso de encontrar algo de su agrado sigue el proceso pero de no ser así el proceso termina. En caso de no tener promoción el artículo el cliente consulta stock de haber disponibilidad consulta lugar de envío y el proceso sigue, sin embargo si no hay stock el vendedor da nueva propuesta que enseña al cliente y el proceso sigue.

Figura 9
Proceso de Ventas TO BE de la empresa Cecy's Store



Nota. Proceso de Ventas TO BE donde interfieren cliente, Community Manager y Gerente General.

Community Manager

Como parte de la propuesta se plantea contratar a un Community Manager, debido a que, es la persona capacitada para la gestión de las Redes Sociales, la creación de contenido y el engagement con los clientes habituales y a su vez ganar prospectos para la empresa que se conviertan en compradores de ella logrando su fidelización. Cabe resaltar que la labor del Community Manager será 3 veces por semana previa coordinación con la Gerente General.

Una vez implementado la Gestión por Procesos se observa una eficaz comunicación con el cliente debido a que ya se cuenta con un encargado para ello así como para el manejo

de sus redes sociales colocando promociones de stock disponible, para el almacenaje de las ventas realizadas se esta implementando el uso de la herramienta Excel usando filtros y macros para que exista una busqueda y registro de ventas mas eficiente.

Ficha de Procesos

Tabla 3

Ficha de procesos del Proceso de Ventas de la empresa Cecy's Store



FICHA DE PROCESOS

NOMBRE DEL PROCESO		Gestión de Ventas	
DUEÑO DEL PROCESO		Gerente General	
MISIÓN DEL PROCESO		Completar exitosamente la venta y garantizar la satisfacción del cliente	
ENTRADAS		PROVEEDORES DE LAS ENTRADAS	
1	Solicitud del cliente	1	Cliente
2	Necesidad del cliente	2	
SALIDAS		RECEPCIONES DE LAS SALIDAS	
1	Producto vendido	1	Courier o personal de delivery
		2	Cliente
CONTROLES ESTABLECIDOS			
1	Venta concretada	2	Entrega efectiva
		3	Satisfacción del cliente
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO			
ACTIVIDADES		RESPONSABLES	DOCUMENTOS DE REFERENCIA
1	Recepción de solicitud de producto	Cliente	Requerimiento de compra
2	Búsqueda de producto	Gerente General	Catálogo
3	Venta concretada	Gerente General / cliente	Comprobante de pago
4	Envío del producto	Gerente General	Control de pedido
INDICADOR DEL PROCESO		(Total de ventas realizadas)>= 80%	FRECUENCIA DE MEDICION
			Mensual

RECURSOS			
1	Redes Sociales	4	Gerente General
2	Laptop	5	Celular
3	Excel	6	Casa (oficina)
Elaborado por: Luis Paez Fatama			

3.4 Estimación de costos del diseño de la gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales.

Estimación de costos

Tabla 4
Estimación de costos de Cecy's Store

COSTO DE INVERSION	S/ 27,000.00
---------------------------	---------------------

FACEBOOK	S/ 6,120.00
INSTAGRAM	S/ 4,000.00
SUELDO COMMUNITY MANAGER	S/ 13,300.00
BOLSAS KRAFT	S/ 2,580.00
MICROSOFT 365 (ANUAL)	S/ 1000.00

Impacto social

Los clientes y/o las personas que vean la empresa se dan cuenta que no solo es una empresa adaptada a los tiempos de hoy con la coyuntura del Covid-19 por ser de manera

100% online sino que con fu afán de no contaminar hace uso de materiales ecológicos en el empaquetado de los productos.

Tras dos años de la pandemia del COVID-19 en el país, el comercio electrónico continúa acelerando sus pasos en la transformación digital de los consumidores y empresas. Según un estudio de Euromonitor Internacional, el Perú encabeza, con un 87%, la lista de crecimiento y desarrollo de e-commerce en América Latina (Gestión, 2022).

Aportamos en el crecimiento del país en cuanto el comercio electrónico dando mayores beneficio con respecto a la venta tradicional dando beneficios como delivery gratis o descuentos que unicamente se ven por venta online.

Impacto ambiental

Con fin de cuidar al medio ambiente Cecy's Store usa las bolsas kraft para garantizar un frenado de CO2 y de igual manera los cliente pueden reutilizar las bolsas con otro fines. Al no tener una tienda física es menor el consumo eléctrico por parte de la tienda y por parte del cliente la contaminación que tienen los carros al movilizarse a la tienda, así también al ser una tienda online el cliente puede ver el catálogo en la comodidad de su casa.

De acuerdo con el Ministerio del Ambiente, en el Perú se usan cerca de 3 mil millones de bolsas plásticas al año, casi 6 mil bolsas por cada minuto. Asimismo, en Lima Metropolitana y el Callao se generan 886 toneladas de residuos plásticos al día. Aproximadamente, al año se usan 30 kilos de plástico en promedio por ciudadano. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), las consecuencias más graves por el uso excesivo del plástico se están dando en el mar. Para el año 2050, podría haber más plástico que peces en el océano y, tan solo en el Perú, el 46% de los residuos sólidos en las playas son netamente de plástico (El Búho, 2019).

Se ayudaría a que se reduzca el porcentaje de plástico en el mar lo que no solo ayuda a que la contaminación disminuya sino que el hábitat natural de gran variedad de peces que habitan en el océano pacífico se vea reforzado y que las especies no se extingan sin contar de que lo cual contribuiría de manera positiva tanto al país como en el mundo.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Como limitaciones, no se pudo ejecutar la implementación del diseño debido a que la empresa no se encuentra en funcionamiento por la coyuntura actual del Covid-19 llevando a la investigación a un modelo no experimental. También, al ser la empresa relativamente nueva no cuenta con la documentación necesaria para hacer una gestión por procesos haciendo que se realicen por primera vez.

En el aspecto de discusión, se tiene que los resultados obtenidos por medio del diseño de la Gestión por Procesos para la venta por Redes Sociales, confirma la hipótesis planteada, dando un mejor enfoque a las ventas de la empresa Cecy's Store, Trujillo en el año 2020.

Desarrollando el análisis situacional se comprueba que la optimización en la Gestión por Procesos y su correcta aplicación influye en la calidad de la organización, lo cual se pudo observar en la empresa Cecy's Store teniendo que al proponer el diseño se logra una mejor organización al nivel de ventas, concordando lo establecido por Carrasco (2014).

Realizando el análisis situacional se corrobora que hay diferencia entre el nivel de percepción de la Gestión por Procesos y lo que entienden por ello los colaboradores de la organización, lo cual se observa en la empresa Cecy's Store debido a que desconocían del termino y de la utilidad, confirmando lo estipulado por Amez (2018).

Elaborando el inventario de procesos se tiene que la empresa aplica los procesos de manera natural no teniendo una comunicación correcta, contrastando con la empresa Cecy's Store ya que los procesos que realizan no tiene conocimiento del mismo sino que lo realizan por "intuición", confirmando lo mencionado por Eneque & Tello (2020).

Al diagramar el proceso de ventas se concluye que la aplicación adecuada del proceso conlleva a un mejor rendimiento del mismo haciendo las eficiente a la empresa, de observa

que al realizar el TO BE se observa un mejoramiento de las actividades obteniendo un manejo más ordenado, esto concuerda con lo señalado por Quiroz (2017).

Al realizar la diagramación se confirma que al realizar una correcta aplicación de la Gestión por Procesos mejora la calidad, puesto que se realizan de una manera óptima quitando posibles cuellos de botella o "tiempos muertos", esto contrastado con lo afirmado por Ricra (2016).

Estimando los costos se comprueba que la importación de productos y las ventas por redes sociales hacen una disminución en los costos, teniendo una disminución en un alquiler de una tienda física o de un almacén, contrastando lo mencionado por Da Silva (2022).

El presente trabajo de investigación tiene como implicancias prácticas demostrar que una Gestión por Procesos es indispensable en toda empresa, ya que permiten una mayor efectividad. En ese sentido, en la empresa Cecy's Store favoreció a mejorar el tiempo de respuesta a los clientes, así como una mejor organización en las actividades a realizar y reduciendo costos por un posible mal funcionamiento. Por otro lado, las tecnologías usadas pueden ser aprovechadas por personas o empresas dándoles un resultado similar, y de manera académica ya que puede servir de antecedentes para personas que deseen aprender sobre el tema abordado.

Como conclusiones se tiene que, se diseñó la Gestión por Procesos para las ventas por Redes Sociales ayuda en las ventas, ya que se visualiza la situación actual de la empresa y ayuda a mejorarla por medio de la mejora de procesos y el uso de las distintas redes sociales y fuentes de ventas de manera online.

Se realizó el análisis situacional de la empresa (véase figura 4 y 5 y la entrevista realizada) determinando la situación actual de los procesos ayudándose de la entrevista, documentos brindados y de los productos que venden actualmente para así poder llegar a mejorar los puntos debidos, encontrando que el Gerente General no tiene el conocimiento adecuado del manejo de los procesos y de todo lo relacionado con la documentación de la organización.

Se inventarió los procesos de la organización (véase figura 8) para ordenar y encontrar los procesos con los que cuenta la empresa, asimismo centrarse en el proceso de ventas con fines del trabajo de investigación, obteniendo que la empresa no llevaba un adecuado inventario de procesos lo que causaba que muchas veces no tengan conocimiento de todos los procesos de la organización.

Se diagramó el proceso de ventas en TO-BE (véase figura 9) a raíz de la situación actual del proceso llegando a un mejor uso del mismo dando más facilidad y recomendaciones al cliente, también evitando cuellos de botella en el mismo, hallando que el proceso AS-IS causaba pérdida de interés por parte del cliente.

Se estimó los costos del diseño (véase Tabla 3) tomando en cuenta el alcance de la red social que se quiere usar, de la función del asesor en el marketing en redes sociales (Community Manager), las bolsas kraft así como lo considerado como propuesta, teniendo un total de S/ 27,000.00 siendo un costo atractivo para la empresa.

Por otro lado se recomienda, ejecutar el diseño propuesto en el presente proyecto para mejorar las ventas y el reconocimiento de la personas interesadas en sus productos.

Mejorar los procesos fundamentales de la empresa para evitar futuras complicaciones con las mismas o cuellos de botella haciendo más fluido la interacción con el cliente.

Investigar sobre el uso de las redes sociales por el lado de empresas para estar en vanguardia con respecto a la competencia.

Contratar a un Community Manager que se especialice en ventar de productos similares y que este informándose de los misma continuamente con el afán de brindar un contenido amigable para los clientes.

REFERENCIAS

- Agualongo, F. (2015). *MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LOS SUPERMERCADOS "MI CASERITA" DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. [Tesis de titulación, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/255>
- Aiteco (2012). *Mapa de Procesos. Gestionar los Procesos*. Aiteco. <https://www.aiteco.com/origen-del-mapa-de-procesos/>
- Almaguer, R., Hernández, A. Ruiz, D. y Torres, I. (2014). La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos. *Redalyc*, xx (1), 1-11. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181529931002.pdf>
- Arana, K. (2021). *Uso de las Redes Sociales y su relación en las ventas del restaurante "KALUMA" en la ciudad de Trujillo en el año 2021*. [Tesis de Titulación, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/28987>
- Aranda, M., Ordoñez, L. y Peralta, C. (2018). *La gestión por procesos como medio para mejorar la eficacia en el cumplimiento de objetivos institucionales del minagri* [Tesis de Maestría, Universidad del Pacífico, Perú]. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2270/Merly_Tesis_maestria_2018.pdf?sequence=1
- Arcos, R. (2017). *SISTEMA DE GESTIÓN POR PROCESOS EN LA EMPRESA DE CALZADO REXELL*. [Tesis de titulación, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25529>
- Alva, L. y Goicochea, F. (2022). *DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS BASADO EN LA MEJORA CONTINUA PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA DE CALZADOS G'MAPIEL DE LA CIUDAD*

- DE TRUJILLO, 2020* [Tesis de titulación, Universidad Privada del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/33561>
- Álvarado, C. (07 de julio de 2015). *Diferencia entre Gestión de Procesos y Gestión por procesos*. Process online. <https://pol.com.co/diferencias-gestion-de-procesos-y-gestion-por-procesos/>
- Álvarez, M. (2008). *Propuesta de un modelo innovador de la gestión por procesos en la investigación. El caso de la Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá-Colombia*. [Tesis de doctorado, Universidad de Deusto].
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=119532>
- Amez, D. (2018). *La gestión por procesos desde la percepción de los trabajadores de la Ugel 05, SJL –Lima- 2018* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo, Perú].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27935/Amez_CD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Berna, M. (2015). *Gestión por Procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente* [Tesis de Diplomado, Universidad Militar Nueva Granada].
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6332/GESTIÓN%20POR%20PROCESOS%20Y%20MEJORA%20CONTINUA%2c%20PUNTOS%20CLAVE%20PARA%20LA%20SATISFACCIÓN%20DEL%20CLIENTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bravo, F. (03 de marzo de 2020). *Comercio electrónico Perú: La Guía más completa del mercado*. Ecommerce News. <https://www.ecommercenews.pe/ecommerce-insights/2020/crecimiento-del-comercio-electronico-en-peru.html>

- Campines, F., R. de Tyler, C y González, T. (2021). Universidad de Panamá. *Revista Científica Guacamaya*, 5(2) 60-61.
<https://revistas.up.ac.pa/index.php/guacamaya/article/view/2058>
- Carrasco, V. (2014). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos para la Zona Registral N° XII - Sede Arequipa* [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santa María, Perú].
<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4943/44.0301.II.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cascales, G. (2015). *Las redes sociales como nuevo canal de ventas en los hoteles en España*. [Tesis de Doctorado, Universidad Rey Juan Carlos].
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=311573>
- Castillo, W. (2021). *GESTIÓN POR PROCESOS BASADO EN BPM Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021*. [Tesis de titulación, Universidad Privada del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29380/Walter%20Segundo%20Castillo%20Esparza.pdf?sequence=1>
- Colegio de Ingenieros (2018). *CÓDIGO DE ÉTICA DEL COLEGIO DE INGENIEROS DEL PERÚ*. Recuperado el 12 de Agosto de 2023.
https://www.cip.org.pe/publicaciones/reglamentosCNCD2018/codigo_de_etica_del_cip.pdf
- Coll, F. (2020). *Estudio transversal*. Economiapedia.
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>

- Conexión Esan (2016). *¿Qué es el mapa de procesos de la organización?*. Esan.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-es-el-mapa-de-procesos-de-la-organizacion>
- Chevalier, S. (09 de septiembre de 2020). *El crecimiento del comercio electrónico en América Latina*. Statista. <https://es.statista.com/grafico/22835/boom-del-e-commerce-en-latinoamerica/>
- Control Group (12 de febrero de 2018). *Qué es y cómo elaborar un mapa de procesos*. Control Group. <https://blog.controlgroup.es/elaborar-mapa-de-procesos/>
- Da Silva, D. (2022). *¿Qué son las ventas por redes sociales? Guía introductoria*. Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-ventas-redes-sociales/>
- Domingo, À. (2008). *La Práctica Reflexiva en la formación inicial de maestros/as. Evaluación de un modelo* [Tesis de Doctorado, Universitat Internaciolan de Catalunya, España].
https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/9346/Tesis_Angels_Domingo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Durán, C., Páez, D., García, C. (2021). Redes sociales y emprendimiento en tiempos de COVID-19: Experiencia de Ocaña* – Colombia. *Revista de ciencias sociales*. volumen(XXVII), 94-107.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8145511>
- El Búho (2019). *Medio ambiente: Perú usa 3 mil millones de bolsas de plástico al año*. Elbuhó. <https://elbuhó.pe/archivo/2019/07/04/medio-ambiente-peru-usa-3-mil-millones-de-bolsas-plasticas-al-ano/index.html>
- Eneque, K. & Tello, J. (2020). *Análisis de los procesos desde un enfoque de gestión por procesos en la empresa "Comercio Industria y Servicios GMV E.I.R.L."* [Tesis de

Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Perú].

https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6908/Eneque%20Flores%2c%20Kenlly%20%26%20Tello%20Barahona%2c%20Jesús_.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Equipo de Expertos en Ciencia y Tecnología (2017). *¿Qué es un estudio observacional?*.

Universidad Viu. <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/que-es-un-estudio-observacional>

Gehisy (09 de abril de 2018). *¿Gestión de procesos o gestión por procesos?*. Tu negocio online con calidad. <https://www.tunegocionlineconcalidad.com/gestion-por-procesos/>

Gogeochea, M. & Pavón, P. (2010). *Metodología de la investigación II tipos de estudio* [Diapositiva PowerPoint]. Facmed. <https://es.scribd.com/document/531288248/METODODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-II-comprimido>

Gonzalez, E. (2022). *Estrategia de Redes Sociales que influya en la gestión de ventas en el restaurante Los 5 Tenedores*. [Tesis de Titulación, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/34012>

González, M., Medina, J. y Sánchez, M. (2015). Las redes sociales: herramienta de mercadotecnia para el sector restaurantero. *Poliantea*, XI (20) 13-36. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5251684.pdf>

León, Y. (2020). *Impacto de las redes sociales en las ventas de negocios de prendas de vestir en tiendas de la parroquia Tarqui de Guayaquil, que manejan Régimen Impositivo Simplificado (RISE)*. [Título de Maestría, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil]. <http://181.39.139.68:8080/handle/123456789/1106>

- Muñoz, M. (2018). *Desarrollo de un sistema de gestión por procesos para empresas de servicios de ingeniería y construcción orientadas a la industria*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar].
<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6231>
- Observatorio eCommerce & Transformación Digital. (2017). *Cómo crece el Comercio Electrónico en el mundo*. Observatorio eCommerce & Transformación Digital.
<https://es.slideshare.net/ObservatorioEcommerce/magazine-8-observatorio-ecommerce-transformacin-digital>
- Ochoa, C. (2015). *Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia*. Netquest.
<https://www.netquest.com/blog/muestreo-por-conveniencia>
- Pérez, A. (2019). *Estrategias de Marketing en Red Social Facebook para el posicionamiento de la empresa Inversiones Talentos Spa E.I.R.L., Chiclayo 2019*. [Tesis de Titulación, Universidad Señor de Sipán].
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7441>
- Pérez, J. (2023). *Investigación no experimental*. Definición.de.
<https://definicion.de/investigacion-no-experimental/>
- Perú Retail (29 de octubre de 2020). *Avance del ecommerce en el mercado peruano a raíz del coronavirus*. Perú Retail. <https://www.peru-retail.com/avance-ecommerce-mercado-peruano-coronavirus/>
- Perú Retail (18 de noviembre de 2020). *Perú: Sector comercio decreció 6,14% en setiembre del 2020*. Perú Retail. <https://www.peru-retail.com/peru-sector-comercio-decrecio-614-en-setiembre-del-2020/>
- Quiroz, A. (2017). *Implementación de la gestión por procesos de la empresa Andino S.A.C.* [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santa María, Perú].

<https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/6410/44.0520.II.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Redacción Gestión (15 de marzo de 2022). *Comercio electrónico: Perú lidera crecimiento en América Latina, según estudio.* Gestión.

<https://gestion.pe/economia/empresas/comercio-electronico-peru-encabeza-la-lista-de-crecimiento-en-america-latina-segun-estudio-rmmn-noticia/>

Ricra, K. (2016). *Aplicación de gestión por procesos para mejorar la calidad en el montaje industrial en la empresa Abantia S.A* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo, Perú].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18650/Ricra_LKE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rojas, M. (2018). *Revisión de la literatura acerca de los diseños metodológicos empleados en estudios empíricos sobre la evaluación del currículo en el nivel de educación superior universitario* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú].

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13900/ROJAS_BONILLA_MARÍA_LUZ1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, L., y Blanco, B. (2014). La Gestión por Procesos. Un campo por explorar. *Revista Dyo*, 54 (2014), 54 – 71.

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/9745/LaGestionPor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, E. (2016). *Gestión del talento humano y gestión directiva en la gestión por procesos en las instituciones educativas de la UGEL 04* [Tesis de Doctorado, Universidad César Vallejo, Perú].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4862/Sánchez_OE.PD
[F?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4862/Sánchez_OE.PD)

Silva, V. (2013). *APLICACIÓN DE GESTIÓN POR PROCESOS, COMO HERRAMIENTA DE APOYO AL MEJORAMIENTO DEL HOSPITAL DR. EDUARDO PEREIRA*. [Tesis de maestría, Universidad de Chile].

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/180869>

Sotelo, J. (2016). *LA GESTIÓN POR PROCESOS EN SU PAPEL DE ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA APLICADA A LOS ENFOQUES DE ASOCIATIVIDAD DE LAS MyPES: CASO PERUANO*. [Tesis de doctorado, Universitat Politècnica de Catalunya].

<https://upcommons.upc.edu/handle/2117/108505>

SYDLE (2021). *¿Cómo funciona la Gestión por Procesos?*. SYDLE.

<https://www.sydle.com/es/blog/como-funciona-la-gestion-por-procesos-6037e16a28cdd30c1ccf052d>

Torres, I. (2020). *15 Ejemplos de procesos de una empresa*. Ive consultores.

<https://iveconsultores.com/ejemplos-de-procesos-de-una-empresa/>

Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33 (1), 155 – 165.

<https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Valero, S. (2023). *Panorama general de las Redes Sociales en el marketing de las organizaciones de empresa*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Madrid]. <https://oa.upm.es/75480/>

ANEXOS

ANEXO n.º 1. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
¿Cuál es la influencia del diseño de una gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales en la empresa Cecy's Store en el año 2020?	<p>Objetivo General:</p> <p>Diseñar la gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales de la empresa Cecy's Store, Trujillo 2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Realizar el análisis de la situación actual de la empresa Cecy's Store.</p>	<p>El diseño de la gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales da un mejor enfoque para las ventas de la empresa Cecy's Store, Trujillo 2020.</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Gestión por procesos</p> <p>Variable dependiente:</p> <p>Redes Sociales</p>	<p>Según el propósito de la investigación es no experimental, según el diseño de la investigación es de corte transversal</p> <p>Unidad de estudio</p> <p>El proceso de ventas de la empresa Cecy's Store</p> <p>Gerente general de la empresa Cecy's Store</p>

	<ul style="list-style-type: none">• Identificar los procesos de ventas de la empresa Cecy's Store.• Diagramar los procesos de ventas de la empresa Cecy's Store.• Estimar los costos del diseño de la gestión por procesos para las ventas mediante Redes Sociales.			<p>Población:</p> <p>Todos los procesos de la empresa Cecy's Store</p>
--	---	--	--	--

ANEXO n.º 2. Matriz de operacionalización.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores	Fórmula	Unidad de medida	Instrumento
Gestión por Procesos	La gestión por procesos se centra en alinear todos los procesos que componen la organización con la estrategia empresarial. (Álvarado, 2015).	Procesos core	Ventas	Ventas mensuales	$(\text{Meta de ventas mensuales} / \text{ventas hechas al mes}) * 100$	%	La entrevista
			Almacén	Stock disponible	$\text{Stock disponible} / \text{stock vendido}$	Número	La entrevista
			Despacho	Respuesta al cliente	$\text{Tiempo establecido de despacho} - \text{Tiempo promedio de despacho}$	Minutos	La entrevista

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fórmula	Unidad de medida	Instrumento
Redes Sociales	El comercio electrónico, es el intercambio de productos o servicios usando redes computacionales, específicamente Internet. (Ramos, 2020).	Eficacia	Porcentaje de ventas concretadas	$(\text{Número de clientes que contactan} / \text{número de clientes que compran}) * 100$	%	La entrevista
		Eficiencia	Tiempo de respuesta	Hora de que escribe el cliente - tiempo transcurrido de respuesta	Minutos	La entrevista
		Efectividad	Satisfacción	$(\text{Clientes totales que contactan} - \text{clientes que dan una buena reseña}) * 100$	%	La entrevista

ANEXO n.º 3. Validación de expertos

Evidencia de Validación de expertos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Título de la propuesta: “Gestión por Procesos para las Ventas mediante Redes Sociales en una PYME del Sector Comercial, Trujillo 2020”.				
Nombres y apellidos del experto:	Betty Lizby Suárez Torres			
Línea de Investigación	Desarrollo sostenible y gestión empresarial			
Sede: San Isidro - Trujillo	Carrera: Ingeniería Empresarial	Facultad: Ingeniería		
Resumen de la investigación				
<p>La presente investigación tiene como objetivo diseñar un modelo de Gestión por Procesos para las ventas mediante Redes Sociales en un PYME del Sector Comercial, Trujillo 2020. El tipo de investigación es cualitativo y de clasificación propositiva, posibilitando visualizar la situación de la empresa y proponer una solución de Gestión por Procesos a las dificultades identificadas. La muestra está conformada por la Gerente General de la empresa y el Proceso de Ventas.</p> <p>La entrevista fue con preguntas abiertas para la Gerente General de la empresa, facultando información necesaria sobre el funcionamiento de las ventas y cómo se realizan.</p> <p>Relación a los resultados de la entrevista, se obtuvo que el 100% de sus ventas son de manera online pero no tiene una manera óptima de realizarlo y sin colaborados que apoyen.</p> <p>Luego, se reconoció el proceso relacionado con las ventas como resultado del instrumento aplicado y fundamento teórico. Asimismo, se pudo proponer una solución a las ventas por medio de las Redes Sociales y un Community Manager.</p> <p>Se inicia a diseñar un modelo de Gestión por Procesos conformado por 6 pasos: Mapa de Procesos, Inventario de Procesos, SIPOC, Proceso de Ventas AS IS, Procesos de Ventas TO BE y Ficha de Procesos. Por último, se estimaron los costos de la propuesta del modelo de Gestión por Procesos para las Ventas mediante Redes Sociales, teniendo el monto de S/ 27,000.00.</p> <p>La metodología y validación empleada es del autor Sánchez y Blanco (2014) quienes exhiben que la Gestión por Procesos ayuda a pulir la eficiencia interna, asimismo suprimir todo lo que el cliente no valora llegando a tener una atención óptima y mejor manejo de las actividades de la empresa.</p>				
Criterios para valorar de la propuesta				
CRITERIOS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		Sí	No	
Mapa de Procesos	Procesos Core	x		
	Procesos Estratégicos	x		
	Procesos de apoyo	x		
Inventario de Procesos	Identificación total de procesos de la empresa	x		
SIPOC	Inputs y Outputs principales del Proceso	x		
	Proveedores	x		
	Proceso seleccionado	x		

	Clientes	x		
Procesos de Ventas AS IS	Situación actual del proceso	x		
Proceso de Ventas TO BE	Situación óptima del proceso	x		
Ficha de Procesos	Proceso utilizado es el adecuado	x		
	Indicador del proceso cumple con mejorar ventas	x		
EVALUACIÓN: resultados, comentarios, recomendaciones, etc.				
Después de la revisión del instrumento, doy fe que cumple con la validez en la presenta investigación.				

Firma del experto:



Evidencia de Validación de expertos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Título de la propuesta: “Gestión por Procesos para las Ventas mediante Redes Sociales en una PYME del Sector Comercial, Trujillo 2020”.				
Nombres y apellidos del experto:	Elizabeth Kristina Bravo Huivin			
Línea de Investigación	Desarrollo sostenible y gestión empresarial			
Sede: San Isidro - Trujillo	Carrera: Ingeniería Empresarial	Facultad: Ingeniería		
Resumen de la investigación				
<p>La presente investigación tiene como objetivo diseñar un modelo de Gestión por Procesos para las ventas mediante Redes Sociales en un PYME del Sector Comercial, Trujillo 2020. El tipo de investigación es cualitativo y de clasificación propositiva, posibilitando visualizar la situación de la empresa y proponer una solución de Gestión por Procesos a las dificultades identificadas. La muestra está conformada por la Gerente General de la empresa y el Proceso de Ventas.</p> <p>La entrevista fue con preguntas abiertas para la Gerente General de la empresa, facultando información necesaria sobre el funcionamiento de las ventas y cómo se realizan.</p> <p>Relación a los resultados de la entrevista, se obtuvo que el 100% de sus ventas son de manera online pero no tiene una manera óptima de realizarlo y sin colaborados que apoyen.</p> <p>Luego, se reconoció el proceso relacionado con las ventas como resultado del instrumento aplicado y fundamento teórico. Asimismo, se pudo proponer una solución a las ventas por medio de las Redes Sociales y un Community Manager.</p> <p>Se inicia a diseñar un modelo de Gestión por Procesos conformado por 6 pasos: Mapa de Procesos, Inventario de Procesos, SIPOC, Proceso de Ventas AS IS, Procesos de Ventas TO BE y Ficha de Procesos. Por último, se estimaron los costos de la propuesta del modelo de Gestión por Procesos para las Ventas mediante Redes Sociales, teniendo el monto de S/ 27.000.00.</p> <p>La metodología y validación empleada es del autor Sánchez y Blanco (2014) quienes exhiben que la Gestión por Procesos ayuda a pulir la eficiencia interna, asimismo suprimir todo lo que el cliente no valora llegando a tener una atención óptima y mejor manejo de las actividades de la empresa.</p>				
Criterios para valorar de la propuesta				
CRITERIOS	INDICADORES	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		Si	No	
Mapa de Procesos	Procesos Core	x		
	Procesos Estratégicos	x		
	Procesos de apoyo	x		
Inventario de Procesos	Identificación total de procesos de la empresa	x		
SIPOC	Inputs y Outputs principales del Proceso	x		
	Proveedores	x		
	Proceso seleccionado	x		

	Clientes	x		
Procesos de Ventas AS IS	Situación actual del proceso	x		
Proceso de Ventas TO BE	Situación óptima del proceso	x		
Ficha de Procesos	Proceso utilizado es el adecuado	x		
	Indicador del proceso cumple con mejorar ventas	x		
EVALUACIÓN: resultados, comentarios, recomendaciones, etc.				
Después de la revisión del instrumento, doy fe que cumple con la validez en la presenta investigación.				

Firma del experto:



 ELIZABETH KRISTINA
 BRAVO HUIVAN
 Ingeniera Empresarial
 CIP Nº 241109

ANEXO n.º 4. Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA CECY'S STORE

Un saludo cordial, la siguiente entrevista tiene como fin universitario para poder ver la situación actual de la empresa y tener mejor conocimiento de la misma, es importante su conocimiento como gerente general por ella le agradezco de antemano por poder darse un tiempo en responder las siguientes preguntas:

1. ¿En qué sector se desarrolla la empresa?
2. ¿Cuáles son los objetivos de la empresa?
3. ¿Cómo adquiere sus productos?
4. ¿Tiene a alguien que maneje sus redes sociales?
5. ¿Dónde almacena sus productos?
6. ¿Cómo es la entrega de los productos?
7. ¿La empresa tuvo pérdidas y/o sece de ventas por la pandemia?
8. ¿Cuenta actualmente con empleados?
9. ¿Cuenta con algún plan o estrategia para reanudar las ventas?
10. ¿Qué opina sobre la gestión por procesos para ayudar en sus ventas?

ANEXO n.º 7. Imágenes de productos

