



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACION DE LA GESTION DE
CALIDAD CON EL USO DEL MARKETING EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO - RUBRO ALOJAMIENTOS, DEL
DISTRITO DE ZARUMILLA, PROVINCIA DE
ZARUMILLA – TUMBES 2018.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

ULLOA OLANO, MIRIAM ELIZABETH

ASESOR

EZCURRA ZAVALA, GHENKIS AMILCAR

TUMBES - PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

MGTR. LIC. ADM. EDITA JERID PERICHE CASTRO

PRESIDENTE

MGTR. LIC. ADM. GLVANI GUERRERO GARCIA

MIEMBRO

MGTR. LIC. ADM. PABLO SANTIAGO BECERRA ORTIZ

MIEMBRO

Mgtr. Lic. Adm EZCURRA ZA VALETA GHENKIS AMILCAR

ASESOR

AGRADECIMIENTO Y O DEDICATORIA

Hijo eres mi orgullo y mi gran motivación libras mi mente de todas las Adversidades, me impulsas a cada día superarme en la carrera de ofrecerte siempre lo mejor. No es fácil, pero gracias a ti he podido lograr grandes cosas.

Muchas gracias mamá, papá y esposo porque sin su ayuda no habría logrado desarrollar con éxito, mi proyecto

RESUMEN

Para el presente informe se tuvo como título “CARACTERIZACION GESTION DE CALIDAD CON EL USO DEL MARKETING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO ALOJAMIENTOS, DEL DISTRITO DE ZARUMILLA, PROVINCIA DE

ZARUMILLA – TUMBES 2018” habiéndose planteado como objetivo General Determinar cuáles son las principales características en la gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018, cuya metodología utilizada fue cuantitativa, nivel descriptivo con diseño no experimental de corte transversal, siendo mi población y muestra de estudio fueron 10 Alojamientos, utilizando una encuesta para la recolección de la información, cuyos resultados fueron; Referente a la variable gestión de calidad; los representantes conocen en su mayoría el termino gestión de calidad y utilizan en su mayoría la técnica de gestión de calidad las 5 S, en su mayoría relativa presenta dificultad para su implementación es el aprendizaje lento, utilizando en su mayoría la técnica de medición del rendimiento la observación, coincidiendo en su mayoría la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. Los representantes conocen en su mayoría el termino marketing, la totalidad de los representantes que consideran que los productos que ofrecen atiende a las necesidades de los clientes, asimismo en su mayoría indican que el nivel de ventas de su hostel se encuentra estancado y que utilizan en su mayoría como medio para publicitar los carteles; así como en su mayoría relativa refiere que si utiliza herramientas de marketing y la totalidad de los representantes indica que el marketing ayuda a mejorar la rentabilidad de su empresa.

PALABLAS CLAVES; MARKETING, GESTIÓN DE CALIDAD.

ABSTRACT

For the present report was titled "QUALITY MANAGEMENT WITH THE USE OF MARKETING IN THE MICRO AND SMALL BUSINESSES OF THE SERVICE SECTOR - RUBRO ALOJAMIENTOS, ZARUMILLA DISTRICT, PROVINCE OF ZARUMILLA - TUMBES 2018" having been proposed as General Objective Determine which are the main characteristics in the quality management with the use of marketing in the micro and small companies of the services sector – rubro hostels, Zarumilla, Tumbes, 2018, whose methodology was quantitative, descriptive level with non-experimental cross-sectional design, being my population and study sample were 10 Hostels, using a survey for the collection of information, whose results were; Regarding the variable quality management; the representatives know mostly the term quality management and use mostly the technique of quality management 5 S, mostly relative presents difficulty for implementation is slow learning, using mostly the technique of performance measurement The observation, coinciding in its majority the quality management improves the performance of the business. The representatives know most of the term marketing, all the representatives who consider that the products they offer caters to the needs of customers, most of them also indicate that the sales level of their hostel is stagnant and that they use mostly as a means to publicize the posters; as well as in its relative majority it refers that if it uses marketing tools and the totality of the representatives indicates that the marketing helps to improve the profitability of your company.

KEYWORDS; MARKETING, QUALITY MANA GEMENT

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO Y O DEDICATORIA.....	iii
RESUMEN.....	iv
BSTRACT.....	v
CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	3
Antecedentes.....	3
Características y Estructura Empresarial de las MYPES.....	5
OBJETIVOS DE LA MYMES.....	7
IMPORTANCIA.....	7
Factores de éxito de un negocio.....	9
Gestión de Calidad.....	9
objetivos y metas.....	9
Trabajo en equipo.....	9
Importancia de implementar un Sistema de Gestión de Calidad.....	9
El Control Total de Calidad (CTC).....	10
Técnicas Modernas de Gestión de Calidad.....	10
Tipos de Marketing Estratégico.....	11
Gestión de calidad.....	11
Sistema de Gestión de Calidad.....	11
Calidad total.....	11
El marketing en una empresa.....	12
La gestión de la calidad en la empresa.....	14
Alojamientos.....	14
Importancia.....	14
III. Hipótesis.....	15
IV. Metodología.....	15
V. Resultados.....	22
VI. CONCLUSIONES.....	35
ANEXOS.....	37
Ilustración 1 referente a los representantes de la MYPES edad.....	37
Ilustración 3 referente representante de MYPE grado de instrucción.....	38

Ilustración 4 referente a los representantes de las MYPES cargo que despeña	39
Ilustración 5 referente al tiempo de permanencia en el cargo.	39
Ilustración 6 referente al tiempo de permanencia en el rubro	40
Ilustración 7 referente al número de trabajadores	40
Ilustración 9 referente a su objetivo de creación	41
Ilustración 12 referente la dificultad para su implementación	43
Ilustración 16 el producto atiende a las necesidades del cliente.....	45
Ilustración 19 los medios publicitarios	47
Ilustración 21 porque no utiliza las herramientas de marketing	48
CUADRO 3 SONDEO	49
Cuadro 4	58

1. ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS.

Tabla 1 Características de los representantes de las MYPE.....	29
Tabla 2 Características de las Micro y Pequeñas Empresas.....	30
Tabla 3 Características referente a la variable gestión de calidad.....	30
Tabla 4 Características referente a las técnicas administrativas: marketing.....	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 referente a los representantes de la MYPES edad.....	42
Ilustración 2 referente a los representantes de la MYPES género.....	43
Ilustración 3 referente representante de MYPE grado de instrucción.....	43
Ilustración 4 referente a los representantes de la MYPE.....	44
Ilustración 5 referente al tiempo de permanencia en el cargo.....	44
Ilustración 6 referente al tiempo de permanencia en el rubro.....	45
Ilustración 7 referente al número de trabajadores.....	45
Ilustración 8 referentes a las personas que trabajan en la MYPES.....	46
Ilustración 9 referente a su objetivo de creación.....	46
Ilustración 10 referente al termino gestión de calidad.....	47
Ilustración 11 referente a la gestión de calidad.....	47
Ilustración 12 referente la dificultad para su implementación.....	48
Ilustración 13 referente al rendimiento.....	49
Ilustración 14 referente a si la gestión de calidad y rendimiento del negocio.....	49
Ilustración 15 con el termino marketing.....	50
Ilustración 16 el producto atiende a las necesidades del cliente.....	50
Ilustración 17 referente a si cuenta con una base de datos.....	51
Ilustración 18 referente al nivel de ventas.....	51
Ilustración 19 los medios publicitarios.....	52
Ilustración 20 referente a herramientas de marketing utiliza.....	53
Ilustración 21 porque no utiliza las herramientas de marketing.....	53
ILUSTRACIÓN 22 referente a la rentabilidad.....	54

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.....	23
CUADRO 2.....	26
CUADRO 3.....	55
CUADRO 4.....	67

I. INTRODUCCIÓN.

Consideraremos las características e importancia de los componentes en estudio siendo las variables la gestión de calidad con el uso del marketing en el micro y pequeñas empresas con la finalidad de lograr identificar el problema que impide gestionar con éxito la gestión de calidad con el uso del marketing.

Según el economista John Galbraith las empresas grandes presentan ventajas frente a las pequeñas en sus diversas partes de su estructura tales como ; económico, de producción así como los conocimientos de tecnología y seguridad de empleo y compensación, por ello encontramos diversas opiniones con referencia a las empresas pequeñas y medianas , opiniones como que las pequeñas y medianas empresas están en vías de extinción, contrario a estas afirmaciones encontramos evidencias que en la década de los 70, la transformación de los productos en casi todos los países desarrollados empiezan a tener problemas y las pequeñas empresas se apuntan con mejor ejecución de la actividad de manufactura. Así pues, la producción del acero, nacen las” mini acerías” teniendo un rápido crecimiento siendo las empresas grandes las que cerraban sus fábricas y despedían a su trabajadora. Esta y otras razones podemos decir cuanta importancia económica y social han generado las MYPES atreves del mundo quienes si desean conseguir el mayor éxito exigen la integración. Lo que permite que esta actividad vaya desarrollando el nacimiento estrategias de crecimiento en los países, en armonía con de sus modelos metódicos, instructivo y gubernativo. Son las MYPES empresas en su economía, desarrollo las cuales logran vincularse en cuanto a la facilidad de multiplicarse, número, tamaño, crecimiento y disolución; así como el rol que desempeña en la presentación de productos innovadores, nivel de correspondencia versus las diferentes variables de la economía de mercado como la producción, empleo. Habiéndome plateado el siguiente problema ¿Cuál es la caracterización de la gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018, ¿y nuestro objetivo general fue

Determinar la Caracterización de la Gestión de Calidad con el Uso del Marketing en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, Provincia de Zarumilla – Tumbes 2018 y los objetivos específicos fueron y los objetivos específicos; Determinar cuáles son las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresa del sector servicio - rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018; Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresa del sector servicio - rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018; Determinar cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las Micro y pequeñas empresa del sector servicio - rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018, y se justificó por ; La confesión de la siguiente tesis está utilizando como línea de indagación la Gestión de las MYPES con el uso de técnicas administrativas modernas habiéndose convertido en un tema de interés nacional, regional y local y se encuentra en armonía con las organizaciones nacionales e internacionales las cuales a su vez coinciden con los valores de la Doctrina Social de la Iglesia, comprometidos en la búsqueda de la verdad respetando las creencias y libertades de las personas así como el respeto a las personas que comparten la información , siendo nuestro principal objetivo la valoración de la persona humana priorizado la necesidad del desarrollo del bien común con equilibrio ética y equidad en el tratamiento y difusión de los resultados Justificándose porque nos permitirá obtener aspectos teóricos sobre la gestión de calidad y el marketing que se aplican en el micro y pequeñas empresas y así poder proporcionar un plan de mejoras de la gestión de calidad para poder afianzarse en su crecimiento. También se justifica porque a través de la exploración nos permitirá conocer cuáles son las principales características de micro y pequeñas empresas que aplican la gestión de calidad las mismas que permanecen en el mercado generando empleo en nuestro país. Asimismo, esta investigación nos permitirá conocer aspectos teóricos sobre la gestión de calidad y del marketing que se aplican en las pequeñas y micro empresas proponiendo un plan de mejoras para la adecuada gestión valora exploración de este tema es conveniente porque

nos permitirá identificar las principales características de gestión de calidad con el uso de marketing en MYPES sector hospedaje. Justificándose por el beneficio que puede generar a la comunidad emprendedora que proporciona conocimiento sobre los beneficios de la gestión de calidad usando el marketing como una técnica moderna administrativa para lograr que los clientes sean más fieles proporcionando un plan de mejoras que le permite la permanencia en el mercado. Y finalmente la presente investigación genera un impacto positivo en los pequeños y microempresarios ya que les permitirá obtener datos que le ayudarán a mejorar en el servicio al cliente además de saber cuáles serán las estrategias a utilizar para el posicionamiento en el mercado. Así esta investigación servirá como base para la realización de futuras investigaciones. Siendo mi metodología de tipo cuantitativo, no experimental de corte transversal, utilizando cuestionario aplicado a mi población de 10 MYPES.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.

Antecedentes.

Para el siguiente proyecto se ha considerado como antecedentes a diversos estudios de realizados como por ejemplo los siguientes.

JAVIER (2012) en su investigación de nominada “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes” obteniendo los siguientes resultados En la tabla es posible ver que la constante no es estadísticamente significativa, por lo que la regresión podría volver a ser corrida sin constante. Estos resultados fueron obtenidos con un R^2 de 0,622, lo que nos permite ver que las variables seleccionadas explican un 62,2% de la variable Satisfacción General. La siguiente tabla muestra la regresión sin la constante, concluyendo lo siguiente La satisfacción en el proceso de Servicio al Vehículo es clave pues es acá donde se juega en gran parte el establecimiento de una relación a largo plazo con el cliente. Dentro de los resultados del análisis de la satisfacción en la industria se vio cómo incluso una experiencia

satisfactoria en el Servicio al Vehículo hacía “olvidar” una mala experiencia en el proceso de ventas, motivando a los clientes a comprar otro vehículo de la marca. Para ver los resultados de la experiencia de servicio en el Servicio al Vehículo se hizo en dos fases, en la primera se buscó responder cuál era la etapa del servicio que más peso tenía en la evaluación general del servicio y luego se revisaron cuáles eran los hechos específicos que tenían más peso en esta evaluación.

ARASCUE Y SEGURA (2016), en su estudio denominado “Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción Del Cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte “Clinifer” Chiclayo-2015” tuvo como objetivo Determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “CLINIFER” llegando a obtener los siguientes resultados Los encuestados en su mayoría respondieron que la clínica cuenta con equipamiento moderno, ambientes amplios y limpios (100%) si sus colaboradores están uniformados el 78% respondió de acuerdo y 22% 116 en desacuerdo, los diagnósticos son fiables en (100%), el tiempo de espera es adecuado (100%), los reclamos son atendidos inmediatamente (33%) y en desacuerdo (67%), la clínica ofrece atención individualizada (100%), el colaborador es amable (89%) y en desacuerdo (10%), el servicio es útil (100%), volvería a solicitar el servicio (75%) y el servicio brindado fue complacido (97%). En este sentido, calidad equivale a cero defectos, calidad es hacerlo bien a la primera, calidad es la conformidad a unos requisitos previos, concluyendo De acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica de Fertilidad Clinifer, por tanto se acepta la hipótesis de trabajo (H1) y rechazamos la hipótesis nula (Ho). Al analizar la calidad de servicio se demostró un alto promedio de 89%, en equipamiento, ambientes amplios, instalaciones limpias, diagnósticos fiables de confianza y seguridad 100%, uniformados e identificados, atención inmediata 78% y horario flexible 89%.

DIOSES (2014), en su estudio denominado “Evaluación de la Calidad del Servicio del Hotel “Boulevard”, de la Provincia de Zarumilla,

departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014” tuvo como objetivo Evaluar la calidad del servicio del hotel “Boulevard” de la Provincia de Zarumilla- Tumbes, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014,concluyendo los siguiente El hotel “Boulevard” es una empresa que se viene consolidando en sus más de cuatro años en el mercado e industria de restauración; su organización se encuentra liderada por Hilario Pio Rojas administrador de la empresa. La oferta del hotel se caracteriza por las habitaciones, ofrecidos en un ambiente agradable con moderna infraestructura; asimismo, la demanda del cliente se encuentra claramente marcada por la temporada alta y baja que se dan en la ciudad de Tumbes por ser un lugar turístico y zona de frontera; así, en temporada alta la demanda provienen principalmente de turistas nacionales y extranjeros, como ecuatorianos, colombianos entre otros, mientras que en temporada baja la demanda proviene principalmente de empresas y huéspedes de la zona.

BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

Micro y Pequeña Empresa.

Según la legislación vigente la Micro y Pequeña Empresa son una unidad económica que contiene una constitución ya sea por personas natural o jurídica constituida por una persona las actividades que llegan a desarrollar pueden ser de extracción, producción, comercialización y transformación de bienes o servicios, según la ley 28015, las siglas MYPE significan micro y pequeña empresa.

Características y Estructura Empresarial de las MYPES.

Según la ley 28015 en su artículo tercero refiere que las características de las MYPE de ben ser ; Una pequeña y micro empresa puede contar desde 1 empleado hasta 10 empleados y una pequeña empresa se puede contar con 1 empleado hasta 50 empleados; Con referencia a las ventas anuales la micro empresa podrá facturar un monto máximo de 150 UIT y las pequeñas empresas su techo de facturación será 850 UIT ; Con la finalidad

de poder crear políticas públicas de formalización y promoción de este sector es que se ha tratado de unificar criterios que le permita medir a las MYPE. Asimismo, el Decreto legislativo N° 1086 refiere que las MYPE que formalicen podrán gozar de un régimen especial en referencia a las inspecciones de trabajo por un plazo de tres años a partir de la formalización. Con respecto a las infracciones que las empresas puedan incurrir estas contarán con un plazo de subsanación más su esta infracción es recurrente esto no se tomara en cuenta. Según la 28015 donde se especifica el régimen especial de la microempresa tendrá una ampliación en cuanto a promoción y formalización por espacio de tres años, sin embargo, durante esta prórroga se puede acoger al régimen laboral de acuerdo al Decreto Legislativo 1086 a los treinta días de suscrito.

Aspectos característicos de la Micro y pequeña empresa Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos: Administración independiente: el dueño casi siempre es el que operada y dirigida.

Incidencia no significativa en el mercado: su principal in centro de operaciones es local. Escasa especialización en el trabajo: Al ser dirigido y operado por el propio dueño es el que realiza todos los campos tales como el aspecto productivo, administrativo. Ventas, producción, finanzas, compras, personal, etc. Actividad no intensiva en capital: ya que la mano de obra es la que denominado. Limitados recursos Financieros: es el dueño que el que provee el capital, Tecnología: Existen dos opiniones con relación a este punto: En la actualidad lo la capacidad creativa es la única que le está dando resultados ya solo utilizan la tecnología de acuerdo a las actividades que realizan. al tener una escala de producción pequeña no se preocupan en la utilización de las herramientas tecnológicas

Según (Bernilla 2013). Refiere que las Micro y pequeñas empresas, la inclinación a través de los años, ha sido la mayor su participación en los diferentes sectores productivos; y en la actualidad se ha convertido en uno de motores principales de la actividad económica, brindando empleo y suscitando el crecimiento y desarrollo económico en nuestro país.

Micro empresas está Siendo solo de sobre vivencia ya que al no tener la especialización necesaria en la administración el dinero es utilizado por el dueño al presentarse las urgencias de conseguir ingresos y su estrategia

de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital con ganancias.

Microempresas de subsistencia: Aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos que solo les permite remunerar el trabajo.

Microempresas en crecimiento: aquellas que han logrado tener la capacidad de retener ingreso y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, Aquí microempresa se convierte en empresa. Capas de poder generar empleo. (Salazar, 2011).

OBJETIVOS DE LA MYMES

Las pymes en la actualidad se han convertido en uno de los principales impulsores de PBI. Contribuir a que la recaudación tributaria aumente y se pueda crecer.

Logra que se puedan consolidar a través del tiempo mediante la formalización y el desarrollo continuo de las MYPES. Logra que se dinamice el empleo creando espacios productivos que permiten la rentabilidad.

Asimismo, una vez consolidadas se podrá lograr el crecimiento de mercado local como de las exportaciones.

IMPORTANCIA

Son las MYPES las que actualmente producen el 45% del PBI, esto permite que sean precisamente las pequeñas y medianas empresas las que tengan el 80% de la creación de empleos, estableciéndose, así como las más importantes generadoras de empleos, dando oportunidad al sector más vulnerable del país.

Otro de los elementos de aportación importantes de las MYPES es que con la generación de empleos se logra reducir la pobreza en nuestro país mejorando así las condiciones de vida de los pobladores y generando una mejor distribución de la riqueza

Otro de los puntos importantes es que las MYPES incentivan el emprendimiento empresarial, desarrollando una gran cantidad de puestos de trabajo.

El empresario representante de la Micro y pequeña empresa

Según González (2009). Los empresarios pueden tener las siguientes

etapas. Crear: hacer de cristalizar lo llevan en la mente un producto o servicio susceptible de ser llevado a la práctica.

Planear: capaz de utilizar la indagación, estudiar a fin de mejorar las componentes de la empresa. Establecer: Construir y aplicar sin dilaciones lo planeado sobre la empresa. Arrancar: El inicio formal a las actividades y operaciones de la empresa. Dar seguimiento: tener la capacidad de Reaccionar a las dinámicas cotidianas en las operaciones de la empresa, así como desarrollar los ajustes a los planes originales a consecuencia de lo perfectible de ellos. Operar de forma sostenible: es el poder amparar las actividades y operaciones cotidianas de la empresa durante un período prolongado de tiempo. Lograr una buena rentabilidad: tener la capacidad de poder lograr utilidades netas superiores a las esperadas, en proporción a la inversión. Ser empresario por oficio: Ser capaz de visionar y desarrollar más de una empresa formal y rentable durante un período prolongado de tiempo.

El perfil del representante de la Micro y pequeña empresa El micro y pequeñas empresas en Perú representan 70% de nuestras. Siendo administradas por sus propios dueños más del 90%. Cuenta con una carrera profesional para ejercer el oficio. El perfil de procedencia es:

- Desempleados (Recientes)
- Empleados (con inquietud)
- Estudiantes por Graduarse y/o recién graduados
- Amas de casa (con inquietud)
- La empresa familiar

Para Fernández (2016) se calcula que un 80% de las empresas en el mundo son Empresas Familiares. Ya la posibilidad de que una familia pueda unirse para formar una empresa es una de las opciones, Qué es una empresa familiar Aquellos negocios donde los integrantes de grupo familiar se distribuyen las actividades a fin de logra ingresos; Los retos de la empresa familiar

Según lo manifestado por Fernández (2016) uno de los principales reto es la separación de las relaciones familias y comerciales así como generar las relaciones sanas, la sucesión de la empresa entre otros .Emprendedores y

Pequeñas Empresas Son aquellas persona puede llegar a cristalizar sus ideas, muchas de las cuales no se asemejar a la realizad.

Factores de éxito de un negocio

La idea.

Los recursos para llevar a cabo la idea.

El empresario que promueve y hace realidad la idea. (Fernández, 2016)

Gestión de Calidad

Según Maldonado (2011) Gestión de calidad es el compromiso con la empresa con fin de cumplir los objetivos planteados logrando que todas y cada una de las personas que forman la empresa conozcan y los objetivos y alineamientos de la empresa. Cumpliendo los mismos; Pasos para su implementación:

Tener clara y analizar la situación de la organización con el planteamiento de

objetivos y metas.

Planear y diseñar el Sistema de Gestión de la

Calidad. Diseñar y documentar los procesos.

Capacitar a los auditores internos y al personal en general sobre la norma. Realizar auditorías internas.

Utilizar el Sistema de Calidad (SGC), registrar su uso y mejorarlo durante Varios meses.

Trabajo en equipo

Según Maldonado, son las personas los principales actores de las actividades empresariales por lo tanto el trabajo en equipo es uno de los factores que puede lograr la consolidación den el mercado de por ello es necesario que exista un compromiso de trajo de equipo para lograr los objetivos y metas propuesta.

Importancia de implementar un Sistema de Gestión de Calidad

- Marca una ventaja competitiva en el mercado
- Genera mayor rentabilidad al negocio
- Aumenta el grado de satisfacción del cliente.
- Reducción de las mermas
- Mayor estabilidad en el desempeño de las labores.
- La empresa está siempre atenta a las necesidades del cliente

- Las empresas sustituyen sus enfoques pragmáticos por otros más metódicos.

Son los miembros de las organizaciones son los encargados de aplicar evaluar las políticas de calidad por lo tanto deben estar comprometidos ya que esto les permitirá lograr una mejor productividad, reducción de costos y calidad de los servicios y/o productos. Involucrando siempre a todos los actores de la de la empresa

El Control Total de Calidad (CTC)

Para Moreno (2011) permite detectar cuáles son las fallas en la aplicación de las políticas y le dará como resultado la ejecución de mejoras. Atraves de la retroalimentación.

- Aseguramiento de la calidad
- Reducción de costos
- Cumplir con las cuotas de producción
- Cumplir con los programas de entrega
- Seguridad
- Desarrollo de nuevos productos
- Mejoramiento de la productividad
- Administración del proveedor

Técnicas Modernas de Gestión de Calidad

San Miguel (2009) que presentaremos algunas de las técnicas modernas para la gestión de calidad tales como:

- Marketing.
- Tecnologías de la Información y la Comunicación- TIC
- Selección del Personal
- Liderazgo
- Atención al Cliente
- Beckmarking
- Estrategias Motivacionales
- Neuromarketing
- Planeamiento Estratégico
- Mejora Continua
- El Marketing

Para Linares (2009) el marketing es la satisfacción de las necesidades de las personas a cambio de una renta.

También considerado como un conjunto de acciones que permite planificar, distribuir y promover la venta de un producto con la finalidad de satisfacer las necesidades. Convirtiéndose así en sistema para poder vender los productos y servicios.

Tipos de Marketing Estratégico

Ridao (2013). Menciona que existen dos tipos de Marketing:

Marketing estratégico: se trata de desarrollar estrategias que permitan saber de las necesidades del mercado y así poder ir creando nuevos productos acorde con las necesidades identificadas,

Marketing operativo: es aquel que se encarga de dar a conocer las principales bondades de los productos de una empresa a través de un conjunto de actividades dirigidas a vender lo ya creado.

Gestión de calidad

Es el conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una empresa en lo relativo a la calidad, está integrada en la gestión global de la empresa e influye en todas las actividades que tiene lugar en la misma (Guerrero, 2013) Características de la Gestión de Calidad

Promueve el enfoque que está basado en los procesos utilizados a la hora de desarrollarse,

Implantar y mejorar la eficiencia de cualquier sistema que se utilice para llevar a cabo la misma, ya que de esta manera, se produce un incremento en la satisfacción por parte del cliente. (Vilchez, 2013)

Sistema de Gestión de Calidad

Considerada actualmente como una herramienta una de las administrativas modernas implementada en las organizaciones en la búsqueda permanente de la productividad a través de programas de mejora continúa entre los factores críticos en las empresas: personas, sistemas, procesos, productos y servicios. (Moguel, 2012)

Calidad total

Según Humberto Cantú Delgado, en su libro Desarrollo de una Cultura de Calidad (2001), nos ha mostrado que la calidad total se puede aplicar en ocho áreas de una empresa sino como a continuación se detalla:

- Liderazgo
- Planeación estratégica
- Posicionamiento del mercado
- Sistema humano
- Sistema operacional
- Control de proveedores
- Mejoramiento de la calidad
- Control del proceso (Peresson, 2007). El marketing y la gestión de calidad

Según la tesis Doctoral de la referidos a la “filosofía de gestión” y” paradigmas de gestión” defines al marketing y la gestión de calidad como paradigmas de la gestión coexistiendo ambos con sus beneficios siendo sus objetivos más comunes tanto de gestión de calidad como de marketing la calidad total en el crecimiento del negocio, coincidiendo tanto gestión de calidad como marketing en que el cliente tenga una satisfacción total, habiéndose así logrado obtener nuevos conceptos como el TOTAL GUALYTY MARKETING, Según los actores Reddy y Robinson este término se refiere a una parte de la gestión de calidad en única referencia como deberían de funcionar los departamentos de marketing ubicados como idea central la calidad total siendo los autores como bathie y sarkar los que manifiestan que estos términos tienen una asociación íntima para beneficio mutuo.

Siendo el marketing el que persigue el hacer propio las necesidades del cliente a fin de lograr un desarrollo sin interrupciones de satisfacción de necesidades y la gestión de calidad lo considera como parte fundamental del desarrollo de procesos para la mejora continua.

Actualmente existen muchas empresas que han logrado establecer que a través de la gestión de calidad se puede logra una mejor satisfacción al cliente.

El marketing en una empresa

Según Carasila (2008) se puede definir al marketing como una organización de las actividades que se utilizaran en un determinado

comercio siendo que el marketing puede tener dos enfoques una forma de pensar que determinara el curso de las acciones y las mismas que se definen en la actuación mediante la organización de las actividades

El marketing tiene sus inicios en los mercados griegos y fenicios y actualmente está siendo utilizado en todas las actividades comerciales desde el intercambio comercial de trueques hasta la actualidad habiendo vuelto más especializado en el manejo de sus herramientas, no requiriendo siempre de un financiamiento para realizar sus actividades. Es así que Lambin (1995) estable que un proceso dirigido para la satisfacción de las necesidades y deseos de las personas y organizaciones en el intercambio voluntario que permite crear ganancias.

Siendo la Asociación Americana de Marketing un conjunto de funciones que permite desarrollar procesos pares a comunicar y entregar a los clientes las obsesiones de bienes o servicios. Existen varios autores que han establecido que el marketing está dirigido a tres fundamentos el primero se refiere a la satisfacción de las necesidades del cliente, el segundo el esfuerzo que se realizara la organización para poder desollaran las estrategias y la tercera se refiere a los beneficios que se puede obtener al cumplir los objetivos.

En la actualidad con la globalización y la velocidad de las comunicaciones las permanencias en los mercados de las empresas dependen de la capacidad de desarrollar productos y servicios que satisfagan las necesidades reales de los clientes de manera constante ello permitirá que se desarrollen de manera sostenible y permanezcan en tiempo como empresas exitosas.

Desde hace unas décadas se introduciendo un término filosófico denominado “Cultura de marketing” esto implica que las empresas se enfocan en la creación y aplicación de un conjunto de actitudes y valores dirigidos a la satisfacción integral del cliente, servicios o producto personalizados. Esto implicará que los clientes estén más satisfechos, los trabajadores sientan identificación y compromiso con la empresa y por ende las rentabilidades se obtendrá de forma natural. Así podemos referirnos que un buen enfoque en el marketing lograra mayor satisfacción de clientes por lo tanto se tendrá clientes que sean más leales

a la empresa.

La gestión de la calidad en la empresa

Según el diccionario de la Lengua española se refiere a la calidad como “las propiedades o propiedad inherentes a una cosa que permite dar un valor a una cosa” Para Crosby (1979) indica que la calidad es que el cliente este conforme con el producto o servicio que lo recibió haciendo sido entregado con todas las especificaciones solicitadas

La Calidad es un conjunto de aspectos que guardan relación con las características de los servicios y productos que ofrecen al cliente íntimamente relacionados a la percepción del cliente esto implica comprometerse a cumplir un conjunto de requisitos que permitirán proporcionar al cliente los servicios y o productos acordes con lo solicitado para logra un cliente satisfecho.

Las definiciones anteriores están basadas en las satisfacciones de las necesidades del cliente esto implica que podamos reducir que la calidad está dirigido la satisfacción continua de sus clientes.es decir que se implantarán estrategias que permitir llegar al desarrollo continua de los productos dirigidos a satisfacer las necesidades de los clientes.

La filosofía de gestión de calidad determina la participación de todos los integrantes de una empresa, a fin de lograr que los procesos tengan una mejora continúa dirigido a la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Alojamientos

La definición en latín que más utilizada es “hospitalis” utilizada para nombra a un lugar o establecimiento de menor rango que un hotel.

Al principio de del siglo XX un profesor alemán Richard Schirrmannentre los años 1908 y 1912, empezó a viajar con sus alumnos a fin de obtener contacto con la naturaleza de esta iniciativa salió la idea de formar albergues que permitieran que otros jóvenes también realizaran esta actividad y es así como se logra la expiación a nivel nacional e internacional, en la actualidad y debido al incremento de este tipo de servicios podemos encontrar una diversidad de alojamientos que pueden ofrecer servicios como los mejores hoteles

Importancia

Esta actividad permite la generación de empleos que países como el nuestro deben aprovechar por el gran potencial turístico que tienen asimismo el ingreso de estos alojamientos permite también tener negocios alternativos como son la venta de insumos de los proveedores y otros como los restaurantes entre otros.

III. **Hipótesis.**

Siendo un trabajo de tipo descriptivo motivo por el cual no se planteará hipótesis ya que las propuestas están sujetas a los resultados obtenidos.

IV. **Metodología**

Por la naturaleza del dilema del presente proyecto de investigación es de carácter descripción correlacionar por lo que tratará de determinar los niveles de influencia que tendrá el uso del marketing en la gestión de calidad sobre la consolidación del micro y pequeñas empresas, los cuales serán obtenidos de la aplicación del instrumento “encuesta”.

4.1. **Diseño de la Investigación.**

La preparación de la presente investigación se utilizará el diseño de investigación, No Experimental – Transversal- Descriptivo de propuesta - bajo la vigilancia del Docente Tutor investigador es no experimental porque se desarrollaran sin manipular a propósito la variable en estudio, es decir, se observará a la variable Gestión de Calidad con el uso del Marketing tal como se encuentra dentro de su entorno (alojamientos) , conforme a la existencia , sin sufrir cambios, Será transversal por qué el estudio se realizará en un espacio de tiempo delimitado o claro, este estudio tendrá un inicio y un fin.(desde el mes setiembre a diciembre del año 2017) Será descriptivo- de proposición porque solo se describirá las

características más relevantes de las Micro y pequeñas empresas, representantes y la variable en estudio y sobre ese resultado se elaborará una propuesta para su mejoramiento

4.2. Población y Muestra.

La población de estudio estará compuesta por los alojamientos del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla- departamento Tumbes para realizar los estudios sobre la gestión de calidad con el uso del Marketing, y la muestra se obtendrá mediante la aplicación de formula muestral, por conveniencia, dirigida o usar La muestra poblacional de acuerdo a las necesidades de los trabajos de investigación se aplicará a los 10 alojamientos, bajo la supervisión del Docente Tutor investigador.

4.3. Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores.

CUADROS

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente	Calidad es un conjunto de técnicas modernas que ayudan a mejorar el rendimiento de las empresas su implementación se podrá implementar si existe clima de cordialidad y satisfacción para ello hace uso del marketing que es un conjunto de actividades y estrategias empresariales para investigar el mercado y ofrecer productos y servicios que	Planificar	Objetivos. Estrategias. Procedimientos.	Nominal
			Dirigir	Comunicación. Liderazgo. Motivación	
			Implantar	Capacitación. Interiorización. Adaptar.	Nominal
			Controlar	Evaluar Comparar Verificar	Nominal
			Satisfacer	.Brindar valor .Dar a conocer .Negociar	Nominal

Marketing	Los clientes se conviertan en realidad.	satisfagan a las necesidades de los clientes y aumentar los niveles de ventas a través de la promoción de los productos utilizando medios publicitarios con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes para incrementar la rentabilidad de las empresas.	Promoción	Oferta	Nominal
			Producto	Demanda	Nominal
			Satisfacción	Calidad	Nominal

4.4. **TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN.**

TECNICAS.

El instrumento a utilizar es la encuesta y los instrumentos bibliográficos los cuales permitirán obtener resultados fidedignos y veraces para la obtención de los resultados.

INSTRUMENTOS.

Las técnicas a utilizar en el proyecto de investigación será el cuestionario, el cual está conformado por 5 interrogantes, además de la de la observación directa, la cual permite identificar las características de los encuestados.

4.5. **PLAN DE ANÁLISIS.**

Para el proceso de datos y la fabricación del proyecto, utilizarán los sistemas informativos e informáticos como son el internet, Microsoft office (power point, Word, Excel, etc.) los cuales permitirán construir cada parte de mi investigación, Word servirá para confeccionar el proyecto de investigación, Excel servirá para la elaboración de tablas y figuras en las cuales se representarán los resultados, y power point servirá para la elaboración de mi ponencia. Matriz de consistencia lógica.

4.6. **Matriz de Consistencia.**

CUADROS 2

Problema	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población y Muestra	Método	Técnicas e Instrumentos
¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro alojamientos Zarumilla – Tumbes?	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar cuáles son las principales características en la gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018.</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Determinar cuáles son las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresa del sector servicio - rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018.</p> <p>Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresa del sector servicio - rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018.</p>	<p>Gestión de Calidad</p> <p>uso del Marketin g</p>	<p>La población de estudio estará compuesta por las los alojamientos del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla- departamento Tumbes para realizar los estudios sobre la gestión de calidad con el uso del Marketing, y la muestra se obtendrá mediante la aplicación de formula maestral, por conveniencia, dirigida o usar</p>	<p>Por la naturaleza del dilema del presente proyecto de investigación es de carácter descripción correlacional por lo que tratara de determinar los niveles de influencia que tendrá el uso del marketing en la gestión de calidad sobre la consolidación del micro y pequeñas empresas, los cuales serán</p>	<p>TECNICAS</p> <p>El instrumento a utilizar es la encuesta y los instrumentos bibliográficos los cuales permitirán obtener resultados fidedignos y veraces para la obtención de los resultados.</p> <p>INSTRUMENTOS.</p> <p>Las técnicas a utilizar en el proyecto de investigación será el cuestionario, el cual está conformado por</p>

	<p>Determinar cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso del Marketing en las Micro y pequeñas empresa del sector servicio - rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018.</p> <p>Elaborar un plan de Mejora de sobre la aplicación de una gestión de calidad con el uso del Marketing en las sector servicio - rubro alojamientos, Zarumilla, Tumbes, 2018</p>		<p>La muestra poblacional de acuerdo a las necesidades de los trabajos de investigación se aplicara a las 10 alojamientos, bajo la supervisión del Docente Tutor investigador</p>	<p>obtenidos de la aplicación del instrumento “encuesta”.</p>	<p>5 interrogantes, además de la de la observación directa, la cual permite identificar las características de los encuestados.</p>
--	--	--	---	---	---

4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS

El investigador considera formular los siguientes principios éticos, el no plagio, respeto al derecho de autor, compromiso con el asesor, responsabilidad con el desarrollo del proyecto, buscando que la presente investigación sirva para el desarrollo y la consolidación de la micro y pequeña empresa de alojamientos en la provincia de Zarumilla.

V. Resultados.

5.1 Resultados

Tabla 1 Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Gestión de calidad con el uso del marketing en el micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018

Datos generales	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad		
18 a 30 años	2	20.00
31 a 50 años	8	80.00
51 a más años	0	00.00
Total	10	100,0
Género		
Masculino	5	50.00
Femenino	5	50.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	00.00
Educación Primaria	0	00.00
Educación Secundaria	1	10.00
Superior no Universitario	3	30.00
Superior Universitaria	6	60.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	3	30.00
Administrador	7	70.00
Total	10	100,0
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	5	50.00
4 a 6 años	1	10.00
7 a más años	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018

Tabla 2 Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018

De la Empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia en el Rubro		
0 a 3 años	5	50.00
4 a 6 años	3	30.00
7 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	9	90.00
6 a 10 trabajadores	1	10.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
Las personas que trabajan		
Familiares	6	60.00
Personas no familiares	4	40.00
Total	10	100.00
Objetivo de Creación		
Generar ganancias	9	90.00
Subsistencia	1	10.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018.

Tabla 3 Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018 referente a la variable gestión de calidad.

Gestión de Calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término Gestión de Calidad		
Si	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas de Gestión de Calidad conoce:		
Benchmarking	0	00.00
Empowerment	0	00.00

Red- corporativas	0	00.00
Las 5S	8	80.00
Outsorsing	0	00.00
Otros	0	00.00
Ninguna	2	20.00
Total	10	100.00
Dificultades para su implementación		
Poca Iniciativa	3	30.00
Aprendizaje lento	4	40.00
No se adaptan a los cambios	1	10.00
Desconocimiento del puesto	0	00.00
Otros	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas de medición del Rendimiento		
Observación	9	90.00
Evaluación	1	10.00
Escala de Puntuación	0	00.00
Evaluación de 360°	0	00.00
Otros	0	00.00
Total	10	100.00
La Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio – rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018.

Tabla 4 Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio – rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018- referente a las técnicas administrativas: marketing

Técnicas del marketing	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el termino marketing		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00

¿Los productos que ofrece atiende a Las necesidades de los clientes?		
Si	10	100.00
No	0	00.00
Total	10	100.00
¿Tiene una base de datos de sus clientes?		
Si	2	20.00
No	8	80.00
Total	10	100.00
¿El nivel de ventas de su empresa?		
Ha aumentado	0	00.00
Ha disminuido	2	20.00
Se encuentra estancado	8	80.00
Total	10	100.00
¿Qué medios utiliza para publicitar su negocio?		
Carteles	8	80.00
Periódicos	0	00.00
Volantes	0	00.00
Anuncios en radio	0	00.00
Anuncios en televisión	0	00.00
Internet	2	20.00
Total	10	100.00
¿Qué herramientas de marketing Utiliza?		
Estrategias de mercado	1	10.00
Estrategias de ventas	5	50.00
Estudio y posicionamiento de mercado	0	00.00
Ninguno	4	40.00
Total	10	100.0
¿Por qué no utiliza las herramientas de marketing?		
No las conoce	4	40.00
No se adaptan a su empresa	0	00.00
No tiene un personal experto	0	00.00
Si utiliza herramientas de marketing	6	60.00
Total	10.00	100.00
¿Considera que el marketing ayuda a mejorar la rentabilidad de su empresa?		
Si	10	100.00
No	0	00.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y

Pequeñas Empresas del Sector servicio – rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018.

5.2 Análisis de Resultados.

TABLA N° 1

REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE.

Con respecto a la edad de los representantes: El 80.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen 31 a 50 años (Tabla N° 01), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrasta con los resultados encontrados por Espinoza (2017) quien manifiesta que El 50,0 % de los representantes de las micro- y pequeñas empresas tienen entre 31-50 años de edad, esto refleja que su investigación resulto con cifras parecidas a nuestros resultados. Por lo que podemos indicar que la mayoría empresarios que dirigen una MYPE es de edad adulta de 31-50 años reflejado en datos porcentuales al 80,0 %.

Con respecto a la genero de los representantes: El 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen son de género masculino y el 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen son de género femenino años (Tabla N° 01), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrasta con los resultados encontrados por Espinoza (2017) quien manifiesta El 85,0 % de los representantes de las micro- y pequeñas empresas son de género femenino, se compara con la investigación de Hernández (2014), donde indicó que el 66.67 % son mujeres. Asimismo, Gutiérrez (2013) afirma que el 64,3 % son femenino, Igualmente, Gonzales (2013) representó el 63,3 % en su investigación que son mujeres, indicando así que estas juegan un rol importante en el sector comercio, pero al revisar estos resultados podemos observar que en la ciudad de

Zarumilla las MYPES dedicadas al rubro de hospedajes están en igual de condiciones.

Con respecto a la grado de instrucción de los representantes: El 60.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con estudios superiores universitario, El 30.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con estudios superiores no universitario, el 10.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con estudios secundarios (Tabla N° 01), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Espinoza (2017) quien manifiesta El 65,0 % de los representantes de las micro- y pequeñas empresas manifiestan que cuentan con secundaria completa, a esta investigación se suma lo que investigó Cornelio (2015), en la que sustenta que el 33,0 % tienen secundaria completa. Respecto a los datos encontrados en nuestra investigación podemos indicar que las MYPE – hospedajes en la ciudad de Zarumilla actualmente se encuentran a cargo de un profesional universitario.

Con respecto al cargo que desempeña de los representantes: El 70.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son administradores, el 30.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños (Tabla N° 01), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Espinoza (2017) respecto de los empresarios se tuvo un 75,0 % que administran su negocio son los propios dueños, se compara con la investigación realizada por Gonzales (2013. Por los datos encontrados en nuestro trabajo de campo podemos indicar que los dueños de las MYPES en sector hospedajes en el distrito de Zarumilla están confiando sus negocios a los administradores profesionales.

Con respecto al Tiempo en el cargo de los representantes: El 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 0 a 3 años, El 40.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 7 a más años y el 10.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 4 a 6 años (Tabla N° 01), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Espinoza (2017) se encontró que el tiempo que desempeña en el cargo y permanencia en el negocio es de 4 a 6 años, con un porcentaje del 60,0 %. Esto se compara con la investigación de Cornelio (2015), no coincidiendo, dado que el número de los años de permanencia es mayor de 12 a 8 años con porcentaje del 58,0 %, de los resultados obtenidos podemos indicar que el tiempo de permanencia en el cargo de los representantes de las MYPES en Zarumilla es de 0 a 3 años indicador que nos muestra que la administración de las MYPES está en evolución.

TABLA N° 2

REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

Con respecto al Tiempo de permanencia en el rubro de la MYPE : El 50.00% de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 0 a 3 años, El 30.00% de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 4 a 6 años y el 20.00% de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 7 a más años (Tabla N° 02), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Espinoza (2017) El 70,0 % de las mypes su permanencia en el rubro oscila de 4-6 años, analizando con otras investigaciones

vemos que el 58,0% afirma que tiene experiencia, Cornelio (2015), Asimismo, Gutiérrez(2013), manifiesta que el 57,1 % tiene más de 8 años en el rubro. Podemos indicar que en la actualidad las MYPES en esta ciudad reciente mente se están iniciando en este. Con respecto al número de trabajadores de la MYPE: El 90.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores, El 10.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 6 a 10 trabajadores (Tabla N° 02), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por REQUEJO (2013), refiere que las el 63.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 4 a 8 trabajadores y el 37.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 3 trabajadores este es el indicador que las mypes cuentan con un promedio de trabajadores de 1 a 6.

Con respecto a las personas que trabajan la MYPE: El 60.00% de las micro y pequeñas empresas las dirigen los familiares , El 40.00% de las micro y pequeñas empresas las dirigen personas que no familiares (Tabla N° 02), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Espinoza (2017), respecto de los empresarios se tuvo un 75,0 % que administran su negocio son los propios dueños, se compara con la investigación realizada por Gonzales (2013), en la que sustentó que el 40,0 % que están a cargo son los propios dueños indicaremos que los resultados obtenidos las MYPES en Zarumilla son administradas por los familiares.

Con respecto al objetivo de la creación la MYPE: El 90.00% de las micro y pequeñas fue creada con el objetivo de generar ganancias, El 90.00% de las micro y pequeñas fue creada con el objetivo de subsistencia (Tabla N° 02), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los

resultados encontrados por Centurión (2013)

A la pregunta para qué se creó la empresa, el resultado indica que la mayoría de las Mypes fue creada para generar ganancias (76.9%), que es el fin de toda empresa mas solo una minoría se creó como subsistencia (23.1%) a falta de un empleo para la familia, podemos indicar que las mypes son creadas con el objetivo de generar ganancias.

TABLA N° 3

REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD.

Con respecto a si conoce el termino Gestión de Calidad la MYPE: El 80.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas conocen el termino gestión de calidad, El 20.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas conocen el termino gestión de calidad (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Centurión (2013) El 45,0 % no tiene conocimiento sobre gestión de calidad, analizando con otras investigaciones se puede informar lo siguiente según Hernández (2014), el 53,33 % desconocen sobre normas de gestión de calidad con lo referente a ISO 9001, podemos indicar que las MYPES son creadas con el objetivo de generar ganancias y actualmente las MYPES de nuestro estudio están mejorando en cuanto a calidad.

Con respecto a si conoce las técnicas de gestión de calidad la MYPE: El 80.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas conocen la técnica de gestión de calidad 5 S , (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si coinciden con los resultados encontrados por Centurión (2013) Esto conlleva usar técnicas modernas de administración como las 5 C que son aplicadas por el 76.9 %, el outsourcing y otras lo aplican el 23.1 % de las Mypes. Podemos indicar que las técnicas más utilizadas las 5 S. Con respecto a la dificultad para

la implantación de técnicas de gestión de calidad en la MYPE: El 40.00% de los empleados muestran un aprendizaje lento, la MYPE: El 30.00% de los empleados muestran un poca iniciativa y el 10.00% de los empleados muestran no se adaptan a los cambios, (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Centurión (2013) hay poca iniciativa por parte de los trabajadores (46.2%), algunos no se adaptan a los cambios (30.7%), otros tienen aprendizaje lento o desconocen el puesto (23.1%) podemos referirnos que la mayor dificultad al momento de aplicarla técnica de gestión de calidad en Zarumilla es el aprendizaje lento.

Con respecto a la técnica de medición del rendimiento: El 90.00% de los representantes de la MYPE utiliza la técnica de medición de la observación: El 10.00% de los representantes de la MYPE utiliza la técnica de medición de la observación (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si coinciden con los resultados encontrados por Centurión (2013) donde refiere que las técnicas que la totalidad de las Mypes utilizan para medir el rendimiento del personal es la observación (100.0%); Podemos indicar que las técnicas de medición del rendimiento más usada es la técnica de la observación.

Con respecto a que si la gestión de calidad mejora del rendimiento del negocio: El 90.00% de los representantes de la MYPE refiere que SI; El 10.00% de los representantes de la MYPE refiere que NO (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si coinciden con los resultados encontrados por Centurión (2013) donde refiere que la totalidad de las Mypes (100%) considera que la capacitación al personal ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad, así lo afirma Rhea, cuando dice que la gestión es la actividad

principal de todos quienes involucran una organización manteniendo un fin común mediante la determinación de políticas, normas, designando las responsabilidades del caso y con el único propósito de mantener y mejorar un Sistema de Gestión de Calidad, la gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general de equipos de trabajo, para poder lograr resultados positivos el cual no se está logrando en las Mypes de la provincia del Santa, criterio con el cual comparto dado los resultados de mi trabajo de campo encontrados en la provincia de Zarumilla .

TABLA N° 3

REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: MARKETING.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES conocen el termino marketing: El 90.00% de los representantes de la MYPE SI conoce el termino marketing; El 10.00% de los representantes de la MYPE NO conoce el termino marketing (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación pero si contrastan con los resultados encontrados por Centurión (2013) donde refiere que Qué concepto se tiene del márketing estratégico el 45,0 % creen que es el proceso de venta. Asimismo, Cornelio (2015) manifiesta que ayuda en la buena imagen. Por último, según San Miguel (2011), desconocen el tema un 88,00 %. Por ello se verifica que dicha herramienta administrativa es desconocida por las MYPES; sin embargo podemos referimos que respecto a nuestra investigación en la mayoría de los representantes si conoce este término.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES los productos que ofrece atiende a las necesidades de los clientes; El 100.00% de los representantes de la MYPE refiere que sus productos atienden las necesidades de los clientes (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros

resultados tomados en cuenta para esta investigación; nuestro resultado nos indica que los representantes de nuestras MYPES pese al estancamiento de su negocios consideran que sus clientes después de utilizar sus instalaciones quedan satisfecho.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES Tiene una base de datos de sus clientes; El 20.00% de los representantes de la MYPE refiere que SI tiene una base de datos de sus clientes; El 80.00% de los representantes de la MYPE refiere que NO tiene una base de datos de sus clientes (Tabla N° 03), estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación; nuestro resultado nos indica que los representantes de nuestras MYPES no toman cuenta al cliente.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES; El nivel de ventas de su empresa; El 20.00% de los representantes de la MYPE refiere que HA DISMINUIDO y ; El 20.00% de los representantes de la MYPE refiere que SE ENCUENTRA ESTANCADO (Tabla N° 03) estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación; nuestro resultado nos indica que los representantes de nuestras MYPES refieren que los negocios no crecen ni disminuyen simplemente sobre viven.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES Qué medios utiliza para publicitar su negocio; El 80.00% de los representantes de la MYPE refiere que utiliza los carteles como medio publicitario; El 20.00% de los representantes de la MYPE refiere que utiliza el internet como medio publicitario(Tabla N° 03) estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación; pero si contrastan con los resultados encontrados por Centurión (2013) refieres que el tipo de márketing estratégico se emplea en la empresa El 30,0 % utiliza las promociones. Asimismo, Cornelio (2015), manifiesta que el 33,0 % utilizan la radio, publicidad,

periódicos. Igualmente, según San Miguel (2011), usan la publicidad en radio en un 31,0 %. Analizando por consiguiente que el medio utilizado en márketing en la publicidad en radio, podemos mencionar que pese a los conocimientos sobre el tema los representantes actúan sin especialización para la venta de sus productos según lo recogido.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES Qué herramientas de marketing Utiliza; El 10.00% de los representantes de la MYPE refiere que utiliza estrategia de mercado; El 50.00% de los representantes de la MYPE refiere que utiliza estrategia de ventas, El 40.00% de los representantes de la MYPE refiere que no herramientas de marketing (Tabla N° 03) estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación; pero si contrastan con los resultados encontrados por Centurión (2013) según San Miguel (2011), desconocen el tema un 88,00 %. Por ello se verifica que dicha herramienta administrativa es desconocida por las MYPES, verificando así que no planifican sus ventas, compras, misión, visión, trabajando mecánicamente sin ningún proceso o técnica administrativa.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES Por qué no utiliza las herramientas de marketing; El 40.00% de los representantes de la MYPE refiere no las conoce las herramientas de marketing; El 60.00% de los representantes de la MYPE refiere que si utiliza las herramientas de marketing (Tabla N° 03) estos resultados no encontramos contrastan con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación; pero si contrastan con los resultados encontrados por Centurión (2013) Qué tipo de márketing estratégico se emplea en la empresa El 30,0 % utiliza las promociones, podemos indicar que las herramientas de marketing si son utilizadas por nuestros alojamientos en Zarumilla.

Con respecto a la que si los representantes de las MYPES Considera que el marketing ayuda a mejorar la rentabilidad de

su empresa; El 100.00% de los representantes de la MYPE refiere que el marketing mejora la rentabilidad de su empresa(Tabla N° 03) estos resultados no encontramos contrastan con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación; pero si contrastan con los resultados encontrados por Centurión (2013) Cree que el márketing estratégico ayuda en las ventas El 35,0 % indica que a veces ayuda. Asimismo, San Miguel (2011) manifiesta con un 45,3 % con muy baja la importancia el márketing, por ultimo Cornelio (2015, el total de los representantes de las MYPES opina que el marketing mejora la rentabilidad de su empresa.

VI. CONCLUSIONES.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alojamientos, provincia de Zarumilla 2018, están siendo representada por la mayoría de personas adultas de entre 31 a 50 año, siendo manejados en mayoría relativa por mujeres que cuentan con mayoría relativa de estudios superiores universitarios, dirigidos en su mayoría relativa por administradores con tiempo relativo en el cargo de 0 a 3 años (la tabla N° 01) La totalidad del micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alojamientos, provincia de Zarumilla 2018, con tiempo relativo en el rubro de 0 a 3 años, la mayoría de las MYPES cuentan de 1 a 5 trabajadores, dirigidos en su mayoría por familiares, siendo su objetivo en su mayoría la generación de ganancias (la tabla N° 02)

De las Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio – rubro alojamientos, del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018 referente a la variable gestión de calidad; los representantes conocen en su mayoría el termino gestión de calidad y utilizan en su mayoría la técnica de gestión de calidad las 5 S, en su mayoría relativa presenta dificultad para su implementación es el aprendizaje lento, utilizando en su mayoría la técnica de medición del rendimiento

la observación, coincidiendo en su mayoría la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. (la tabla N° 03)

De las Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio – rubro , del distrito de Zarumilla, provincia de Zarumilla – Tumbes 2018- referente a las técnicas administrativas: marketing; los representantes conocen en su mayoría el termino marketing, la totalidad de los representantes que consideran que los productos que ofrecen atiende a las necesidades de los clientes, refiriendo que en su mayoría no cuenta con una base de datos de sus clientes, asimismo en su mayoría indican que el nivel de ventas de su hostel se encuentra estancado y que utilizan en su mayoría como medio para publicitar los carteles siendo en su mayoría relativa la herramienta de marketing la estrategia de ventas; así como en su mayoría relativa refiere que si utiliza herramientas de marketing y la totalidad de los representantes indica que el marketing ayuda a mejorar la rentabilidad de su empresa.

ASPECOS COMPLEMENTARIOS.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>

Ridao. J. (2013). ¿Qué es el marketing? Recuperado el 22 de Abril del 2016, de, <http://www.elblogsalmon.com/marketing-y-publicidad/que-es-el-marketing>

Rubio P. (2006) Introducción a la gestión empresarial España: B - EUMED, p 13. Recuperado el 22 de Julio del 2015.

De:<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=14> Copyright © 2006. B - EUMED. Allrightsreserved.

Rubio Y. N. (2014) “Caracterización del Financiamiento y la Gestión de Calidad en las MYPE’S del Sector Comercio, Rubro Venta de Productos Agropecuarios, Equipos e Insumos del Distrito de Chimbote, Año 2011”. Chimbote: ULADECH- católica.

San Miguel P. (2009). Técnicas básicas de Gestión de Calidad.

Recuperado el 22 de abril del 2016, de:
<http://www.inqualitas.net/articulos/477-tecnicasbasicas-para-la-gestion-de-la-calidad>

Tissieres L. M. (2013) “Gestión de calidad y la incidencia en el crecimiento de la producción de las MYPES agroexportadoras rubro de banano orgánico de la provincia de Sullana - Piura, año 2011”. Piura: ULADECH Católica
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=0000003436Valdivia>

N. (2003). El heterogéneo mundo de la Pequeña y Microempresa.

Revista Gerencia IPAE 30-04-2003

Vílchez J. A.(2013) . “Gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012”. Piura: ULADECH - católica.

Recuperado el 13 marzo de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=0000003442>

Vilcarromero R. (s/ f) Gestión en la Producción . Universidad Tecnológica del Perú

Recuperado el 23 de enero 2016

de:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/index.htm>

ANEXOS.

Ilustración 1 referente a los representantes de la MYPES edad.

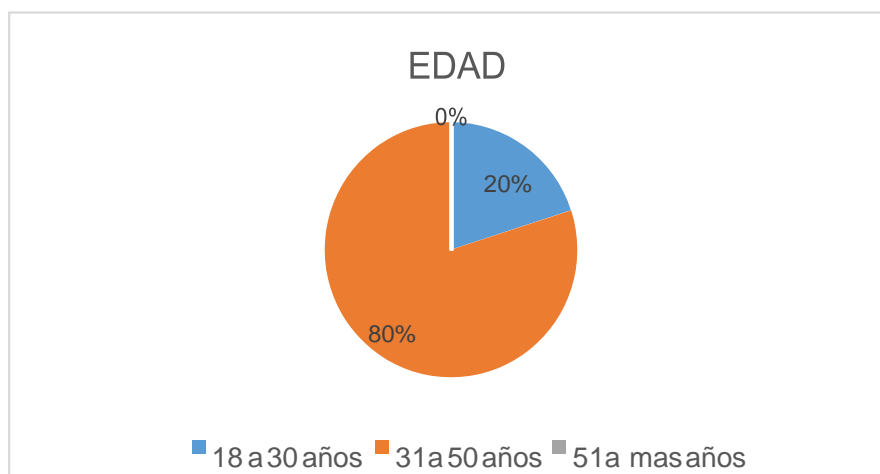


Ilustración FUENTE TABLA 01

Ilustración 2 referente a los representantes del MYPES género

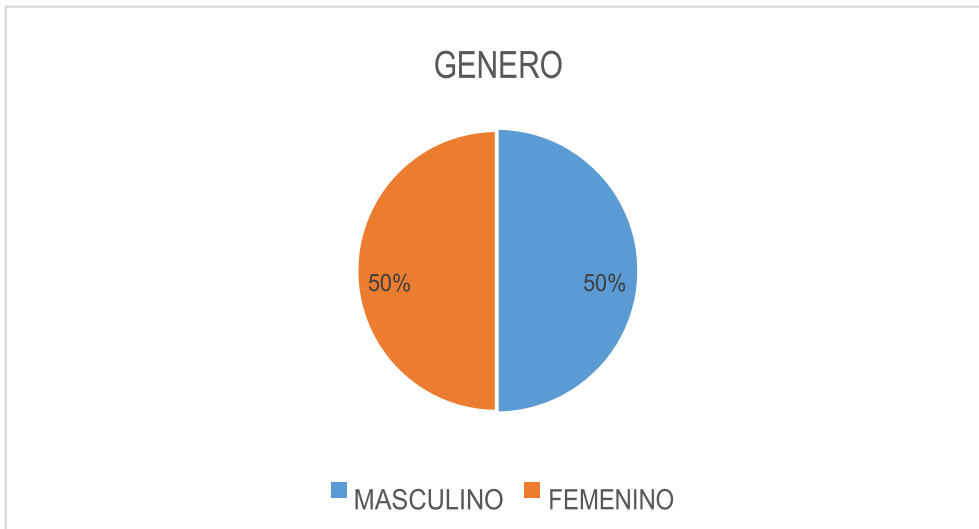


Ilustración FUENTE TABLA 01

Ilustración 3 referente representante de MYPE grado de instrucción

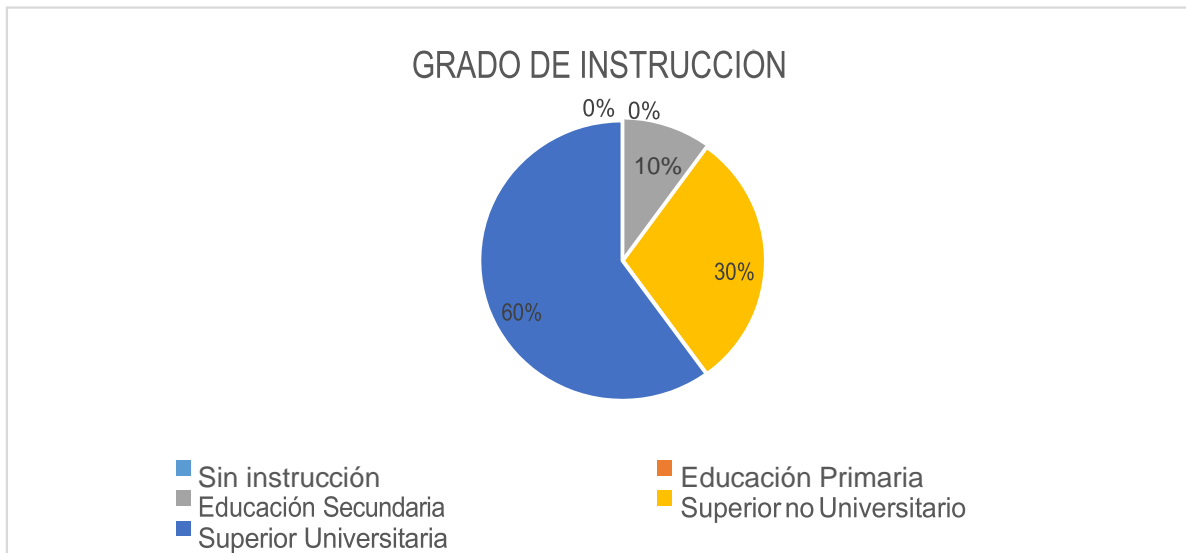


Ilustración 03

FUENTE TABLA 01

Ilustración 4 referente a los representantes de las MYPES cargo que desempeña

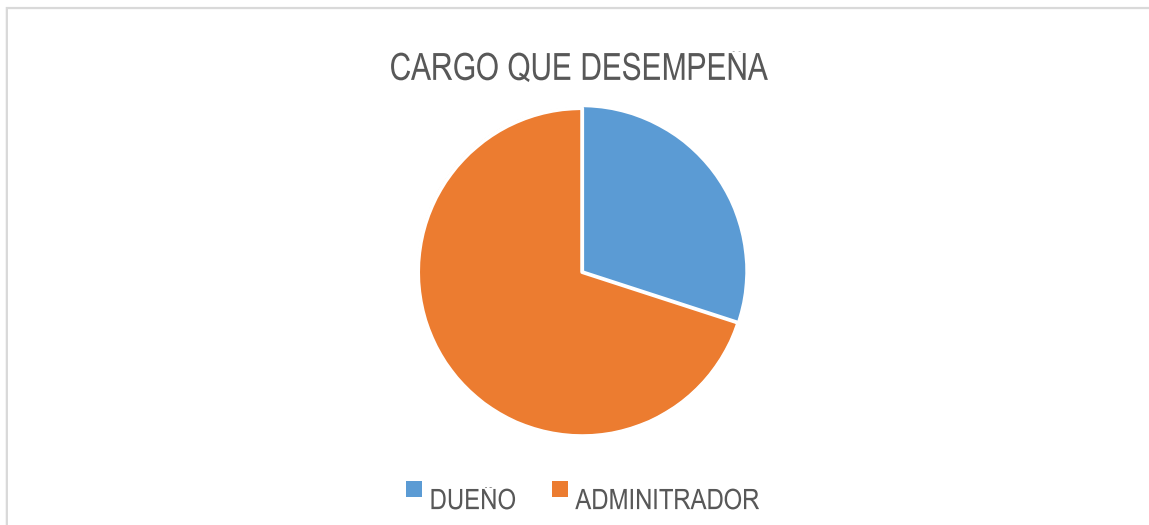


Ilustración FUENTE TABLA 01

Ilustración 5 referente al tiempo de permanencia en el cargo.

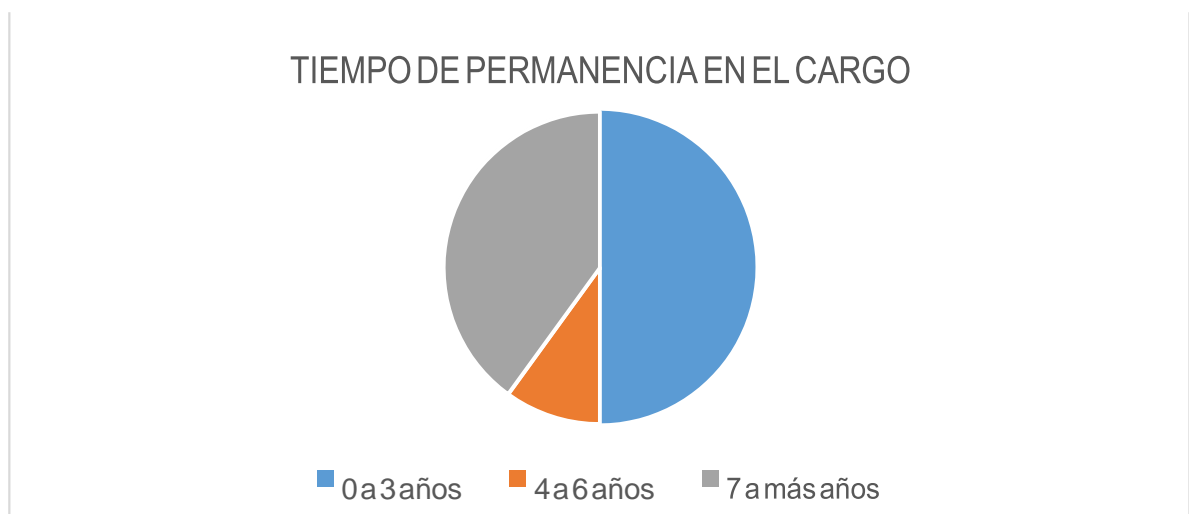


Ilustración FUENTE TABLA 01

Ilustración 6 referente al tiempo de permanencia en el rubro

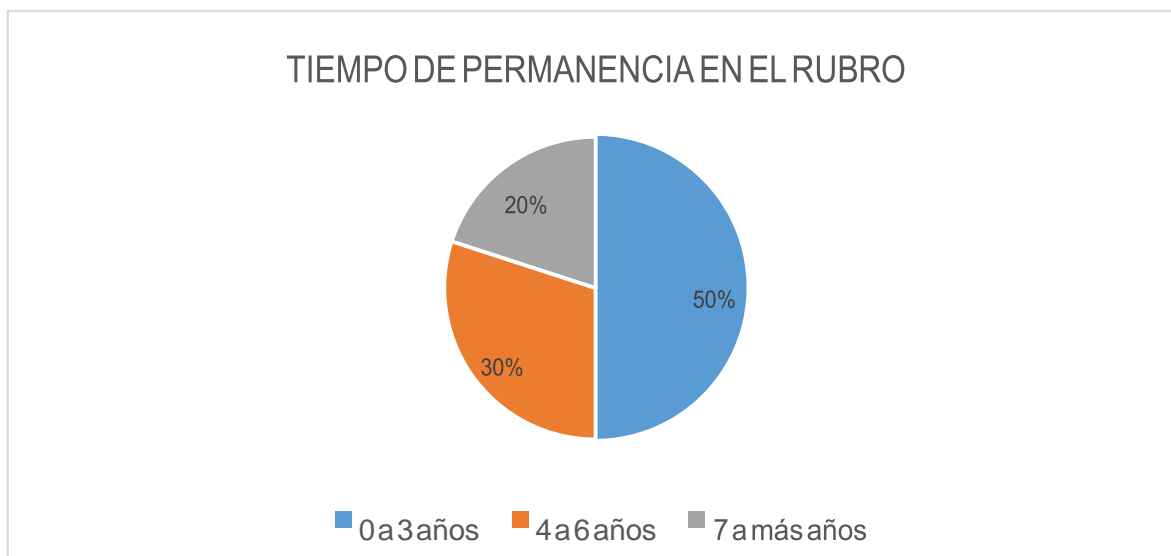


Ilustración FUENTE TABLA 02

Ilustración 7 referente al número de trabajadores

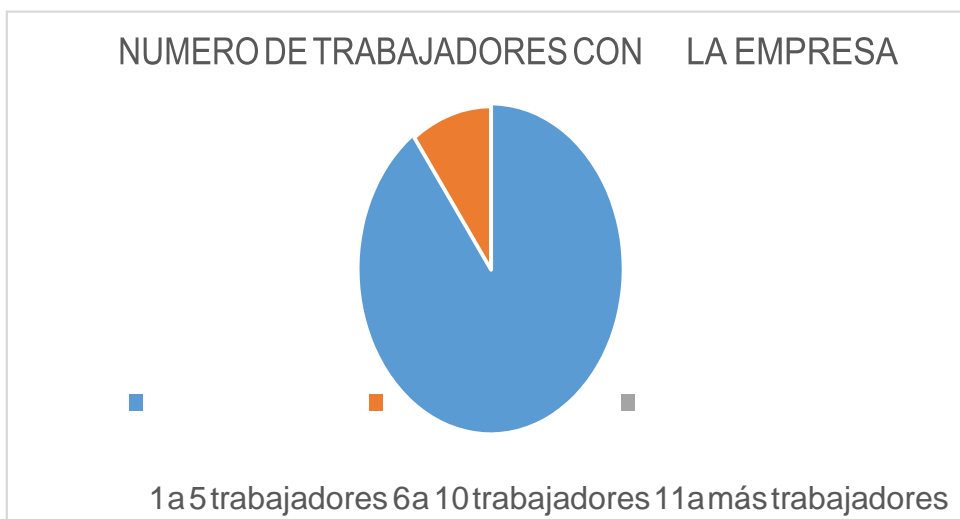


Ilustración 07

FUENTE TABLA 02

Ilustración 8 referentes a las personas que trabajan en la MYPE

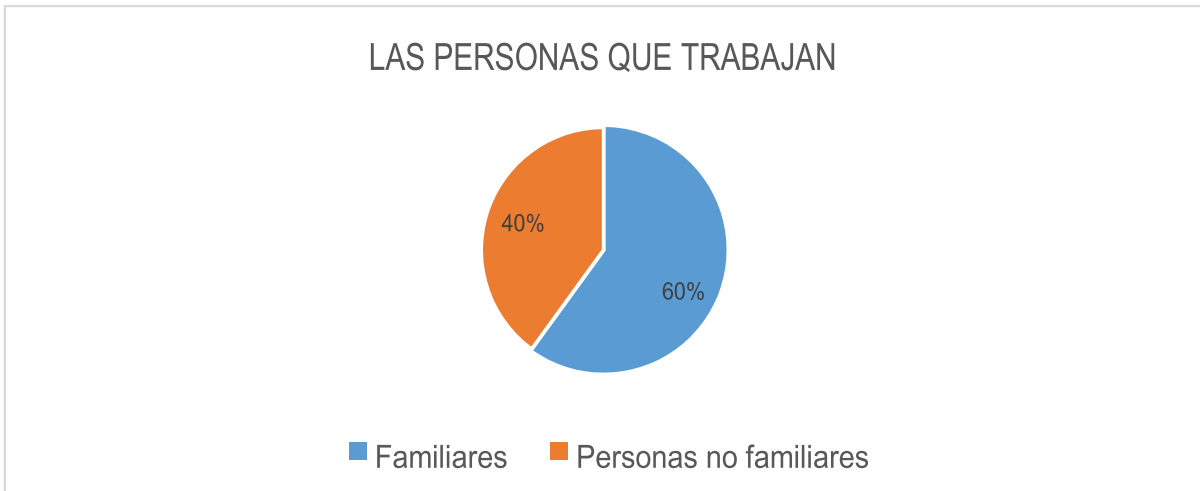


Ilustración 08

FUENTE TABLA 02

Ilustración 9 referente a su objetivo de creación



Ilustracion 09

FUENTE TABLA 02

Ilustración 10 referente al termino gestión de calidad.

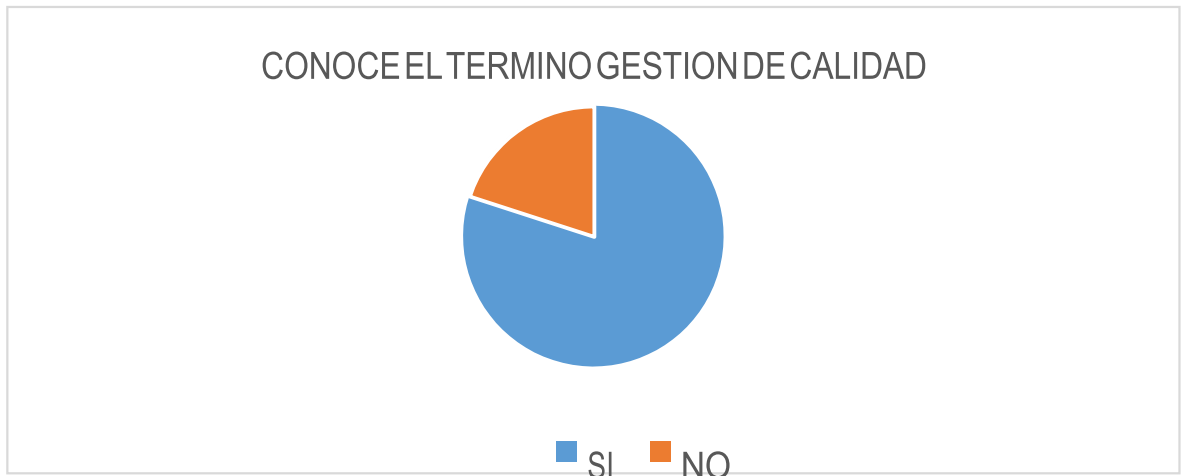


Ilustración 10

FUENTE TABLA 03

Ilustración 11 referente a la gestión de calidad.

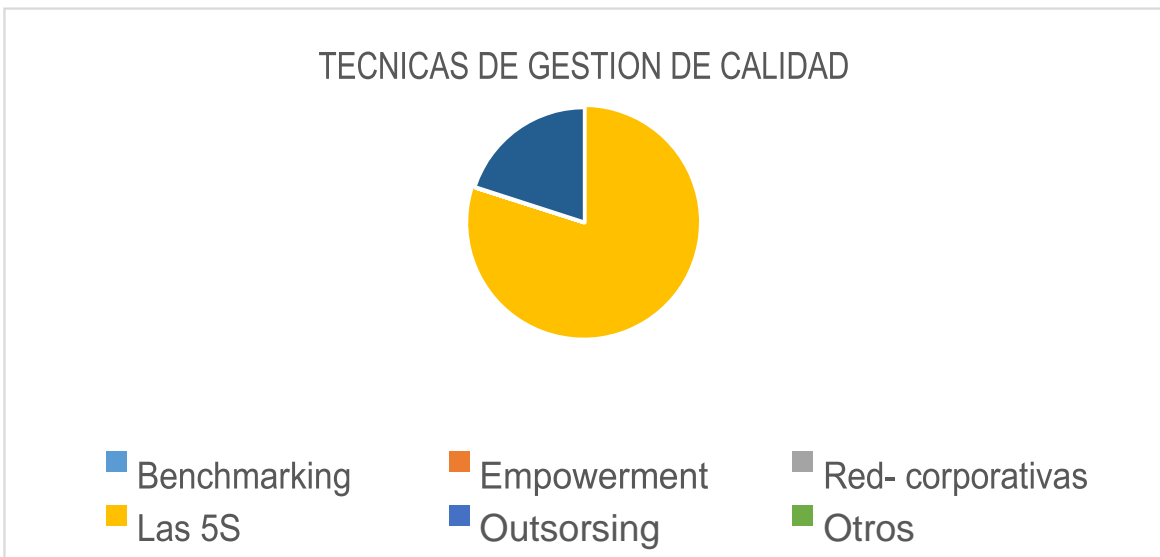


Ilustración 11

FUENTE TABLA 03

Ilustración 12 referente la dificultad para su implementación

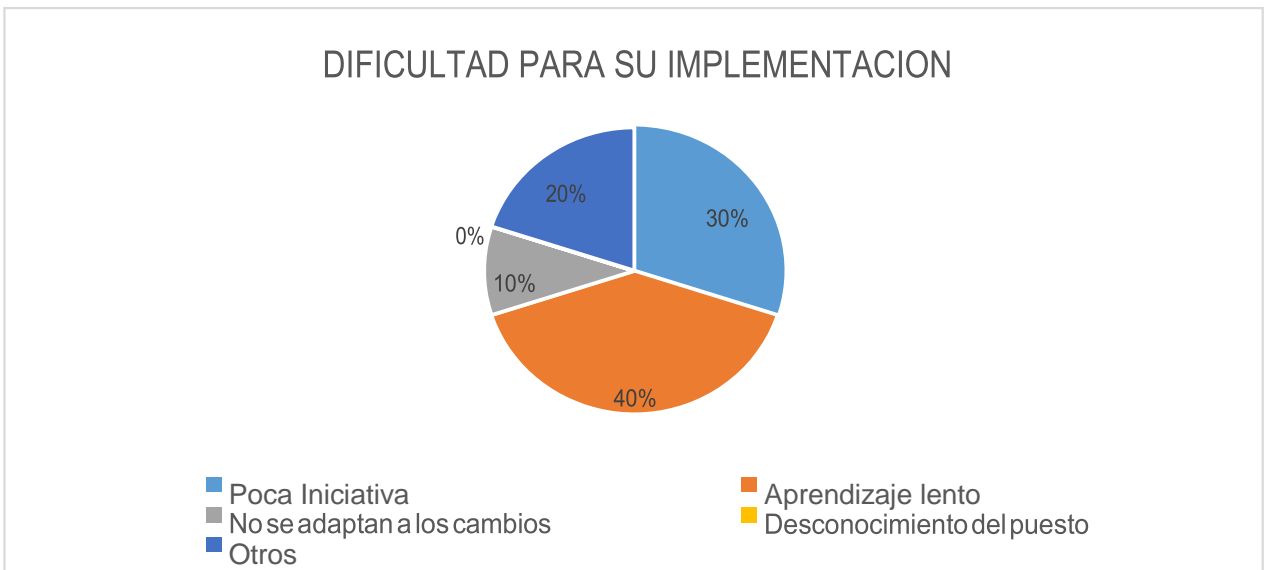


Ilustración 12

FUENTE TABLA 03

ILUSTRACIÓN 13 REFERENTE A LA MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO

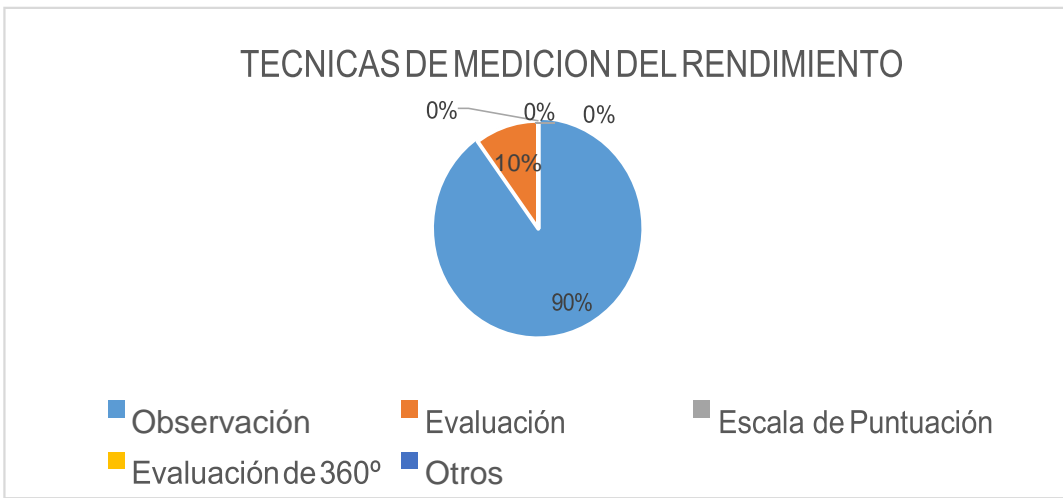


Ilustración 13

FUENTE TABLA 03

Ilustración 14 referente a si la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

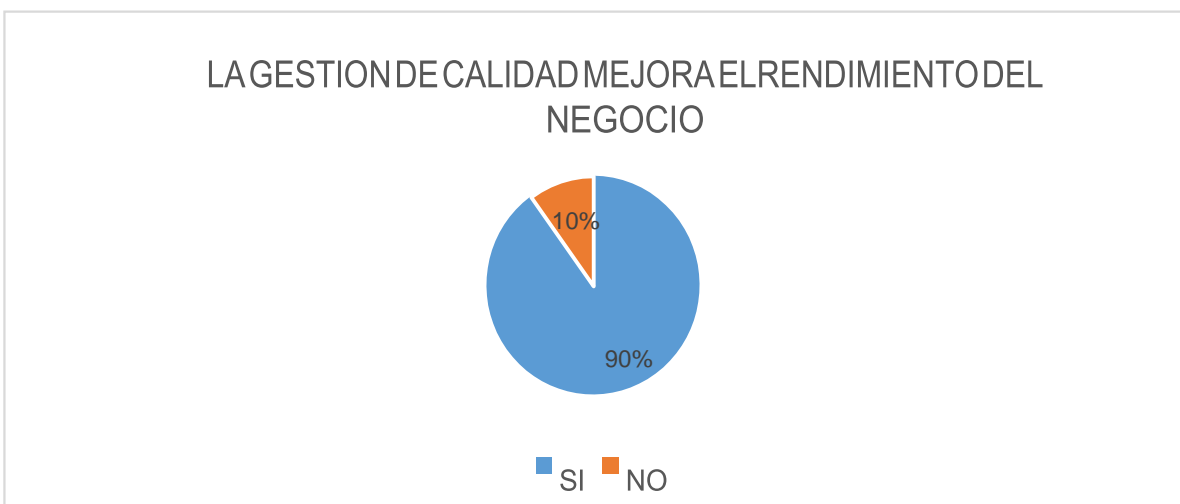


Ilustración 14

FUENTE TABLA 03

Ilustración 15 con el termino marketing



Ilustración 15

FUENTE TABLA 04

Ilustración 16 el producto atiende a las necesidades del cliente



Ilustración 16

FUENTE TABLA 04

Ilustración 17 referente a si cuenta con una base de datos

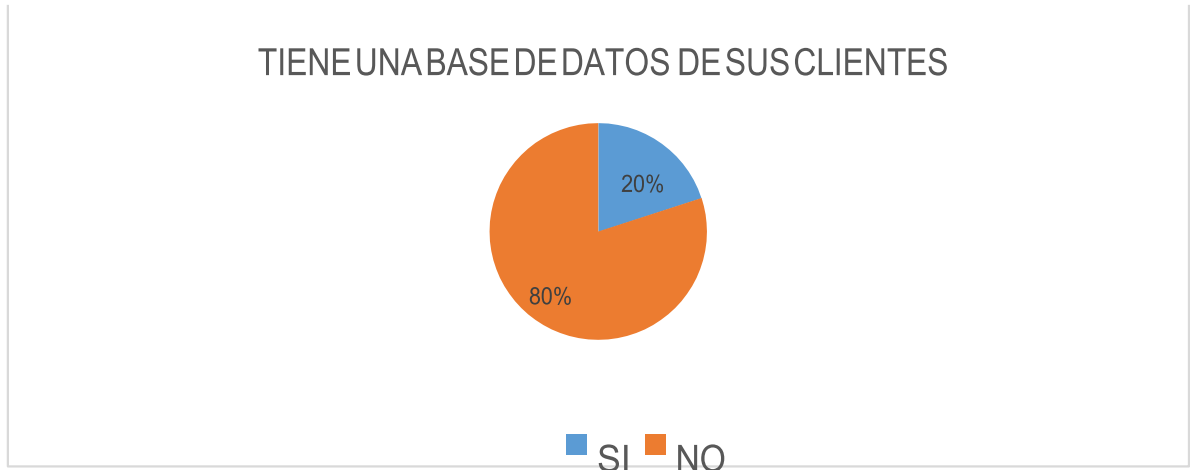


Ilustración 17

FUENTE TABLA 04

Ilustración 18 referente al nivel de ventas



Ilustración 18

FUENTE TABLA 04

Ilustración 19 los medios publicitarios

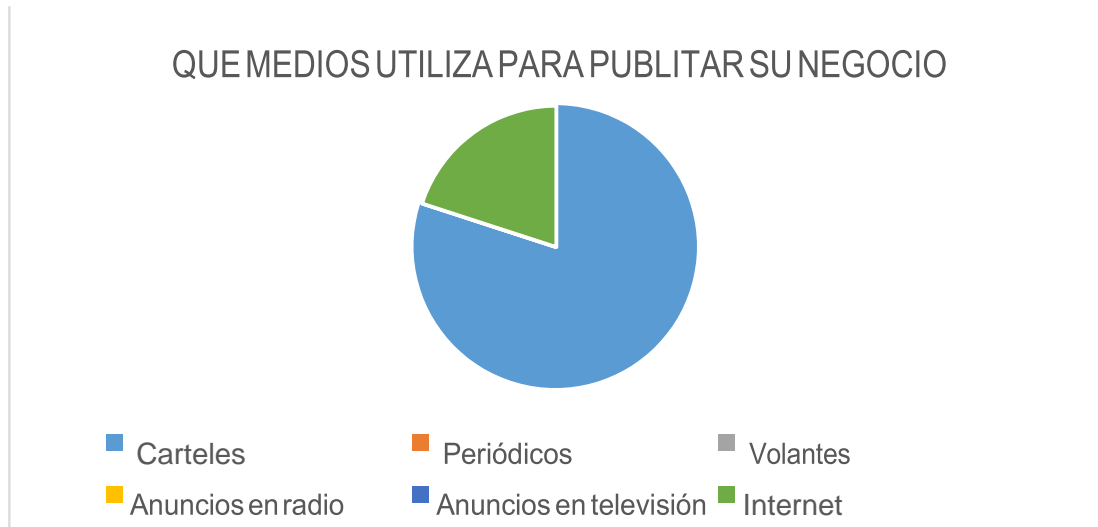


Ilustración 19

FUENTE TABLA 04

Ilustración 20 referente a herramientas de marketing utiliza



Ilustración 20

FUENTE TABLA 04

Ilustración 21 porque no utiliza las herramientas de marketing



Ilustración 21

FUENTE TABLA 04

ILUSTRACIÓN 22 REFERENTE A LA MEJORA DE LA RENTABILIDAD

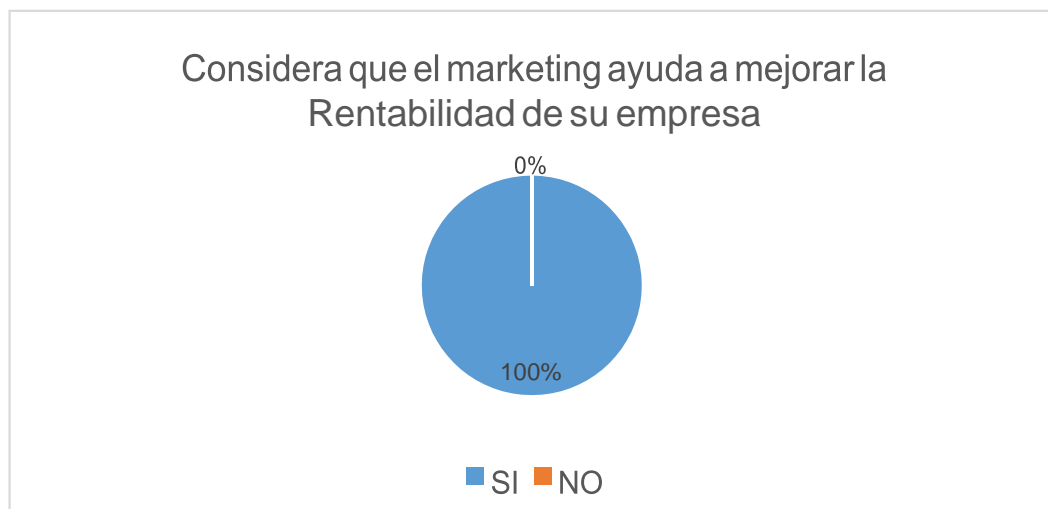


Ilustración 22

FUENTE TABLA 04

CUADRO 3 SONDEO

Nº	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE
01	HOSPEDAJE NOELIA	Calle. Juan Velasco Alvarado, Zarumilla 072	LUZ RODAS SANCHEZ
02	HOSPEDAJE PASIONES	Panamericana Norte, frente al ex peaje de Zarumilla, Zarumilla, Perú	TOMAS PINTADO BAIQUE
03	HOSPEDAJE KARIBIAN	Jr. Tumbes 310- Zarumilla	KATERIN BALLADARES PEÑA
04	HOSPEDAJE PRISALEX	Panamericana Norte, frente al ex peaje de Zarumilla, Zarumilla, Perú	SANJINEZ SALAZAR WILLERMO
05	HOSPEDAJE MI HOSTAL	Panamericana Norte, frente al ex peaje de Zarumilla, Zarumilla, Perú	CARLOS PEREZ ALDAVEZ
06	HOSPEDAJE COSTA MANGLAR	Miguel Grau 411, Zarumilla	PERLA FLORES OLAECHEA
07	HOSPEDAJE YOBICA	Arica 334-C, Zarumilla	JUWER INFANTE SILVA
08	HOSPEDAJE LOTE SUIT HOTEL WORD SA.	Panamericana Norte, frente al ex peaje de Zarumilla	OMERLI HERRERA ABAD
09	HOSPEDAJE IMPERIO	Calle Arica 319, Cercado de Zarumilla	PERLA FLORES OLAECHEA
10	HOSPEDAJE FORTALEZA	AA-HH Nuevo Aguas Verdes Frente a ESALUD-Zarumilla	VIANI CRUZ LEON

















Cuadro 4
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Determinar la población y muestra	X														
2. Cuadro de sondeo		X													
3. Elaborar cuestionario		X													
4. Aplicar cuestionario			X	X	X	X									
5. Procesamiento de datos						X	X								
6. Análisis de los resultados								X	X						
7. Conclusiones										X	X				
8. Propuesta												X			
9. Presentación del trabajo de campo													X	X	
10. Aprobación del trabajo de campo															X

Elaborado por: Miriam Elizabeth ULLLOA OLANO Revisado por: Dr. Mg. Ezcurra Zavaleta Ghenkis Amilcar (Docente Tutor Investigador- Administración

