



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**“LA CALIDAD DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE
BOVINA: CASO MYPE GANADERA SERGIO Y TINA, DEL
SECTOR PRODUCCIÓN. CENTRO POBLADO CASA
PINTADA, DISTRITO DE IMPERIAL. PROVINCIA DE
CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2018”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

BACH. MIRYANI GIOVANA SALCEDO RIPAZ

ASESOR:

MGTR. JESUS ALEJANDRO JURADO GUILLEN

CAÑETE – PERÚ

2019

1. TITULO DE LA TESIS

“LA CALIDAD DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE BOVINA: CASO MYPE GANADERA SERGIO Y TINA, DEL SECTOR PRODUCCIÓN. CENTRO POBLADO CASA PINTADA, DISTRITO DE IMPERIAL. PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2018”

2. HOJA DE FIRMA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR

DRA. CARMEN ROSA ZENOZAIN CORDERO

LIC. VICTOR HUGO ESPINOSA OTOYA

MGTR. LIZBETH GIOVANA RALLI MAGIPO

MGTR. JESUS ALEJANDRO JURADO GUILLEN

ASESOR

3. DEDICATORIA

A mis Padres, por su apoyo, confianza y amor,

A mis hermanos, por el amor y comprensión que me brindan,

Y a todas las personas que de alguna manera,

Me brindaron su apoyo moral en esta oportunidad.

4. RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, identificar las características de la comercialización de leche bovina, caso: mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. Centro Poblado Casa Pintada, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, periodo 2018, cuyo problema planteado fue ¿Cuáles son las características para la comercialización de la leche bovina? Por lo tanto, el objetivo de esta investigación se centró en precisar cuáles son los procedimientos que siguen en la mype ganadera desde el inicio de la comercialización – sala de ordeño – hasta la distribución de la leche bovina.

Esta investigación es cualitativa, de diseño etnográfico y el nivel de investigación es descriptivo. Se Utilizó la técnica de la entrevista, el entrevistado fue el administrador de la empresa, encontrando los siguientes resultados; el proceso de enfriamiento de la leche bovina dura 2 horas como máximo, y se mantiene frio dentro del nivel que exige la corporación gloria; el precio que manejan es fijo, y es determinado de acuerdo a la calidad y litros de la leche bovina, la distribución es directa, el recojo de la leche es en el mismo centro de producción. En conclusión; las características de comercialización de leche bovina de esta mype ganadera cumplen con los parámetros que les exige su principal cliente, entregan la leche bovina de calidad y evitan descuentos o pérdida del producto, esto se debe a la estandarización que han ido adecuando y cumpliendo con el pasar de los años.

Palabras claves: comercialización, ganadería, leche bovina.

5. ABSTRACT

The main objective of this research work was to identify the characteristics of the commercialization of bovine milk, case: mype ganadera SERGIO Y TINA, from production sector. Centro Poblado Casa Pintada, District of Imperial, Province of Cañete, Department of Lima, period 2018, The main problem was knowing what are the characteristics for the commercialization of bovine milk? Therefore, the objective of this research was to specify what are the procedures that continue in the livestock mype from the beginning of marketing - milking parlor - to the distribution of bovine milk.

This research is qualitative, of ethnographic design and the level of research is descriptive. The interview technique was used, the interviewee was the administrator of the company, finding the following results; the cooling process of the bovine milk lasts 2 hours maximum, and stays cold within the level required by the corporation gloria; the price they handle is fixed, and is determined according to the quality and liters of the bovine milk, the distribution is direct, the milk collection is in the same production center. In conclusion; the characteristics of commercialization of bovine milk of this livestock mype fulfill the parameters that their main client demands, deliver quality bovine milk and avoid discounts or loss of the product, this is due to the standardization that they have been adapting and complying with the Going through the years

Keywords: commercialization, livestock, bovine milk.

6. CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS	ii
2. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
3. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA.....	iv
4. RESUMEN.....	v
5. ABSTRACT.....	vi
6. CONTENIDO.....	vii
I. Introducción	8
II. Revisión de la Literatura	9
2.1. Antecedentes	9
a) Internacionales	9
b) Nacionales.....	12
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	15
2.3. Marco conceptual de la investigación.....	21
III. Metodología	37
3.1. Tipo de investigación.....	37
3.2. Nivel de investigación.....	37
3.3. Diseño de la investigación.....	37
3.4. Población y Muestra.....	37
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
3.6. Plan de análisis.....	38
3.7. Matriz de consistencia.....	39
3.8. Matriz de categorización.....	40
3.9. Principios éticos.....	41
IV. Resultados	42
4.1. Resultados.....	42
4.2. Análisis de resultados.....	46
V. Conclusiones	48
Referencias Bibliográficas.....	49
Anexos.....	55

I. Introducción

La ganadería en el Perú es una actividad que se desarrolla desde la época de la colonia, su importancia empieza como una actividad que les genera ingresos, ya sea para familias campesinas o para empresas que se dedican a la crianza de bovinos para la extracción de la leche, como fuente de trabajo. En los departamentos de la sierra, en su mayoría se dedican a esta labor, como parte de una tradición heredada de sus generaciones, ellos por escaso conocimiento en el rubro no les permite desarrollar gestiones de calidad y por ende obtener más ingresos. Minagri, (2017)

En la parte costa – CAÑETE – la ganadería es un negocio muy rentable, ya que no solo se aprovecha la carne de los animales sino también la extracción de leche, existen distintas razas de bovinos, unas que son exclusivamente para la producción de leche, otras para el consumo de su carne y también hay las que cumplen función viceversa CARNE - LECHE, En el centro poblado Casa pintada del distrito de Imperial; se ubica la mype ganadera SERGIO Y TINA, el cual se caracteriza por la comercialización de leche de ganado bovina.

La metodología de la investigación es cualitativa, porque se estudiarán diversas características que influyen en los procesos, el nivel de investigación es descriptivo porque solo se limitará a describir y analizar las variables. Para ello se utilizara la técnica de estudio como la entrevista.

Por lo descrito, el principal problema de este caso es saber **¿Cuáles son las características para la comercialización de la leche bovina?** Y para dar respuesta a este problema se planteó el siguiente objetivo general: **identificar las características de la comercialización de leche bovina.**

Y como resultado se obtuvo que: el proceso de enfriamiento de la leche bovina dura 2 horas como máximo, y se mantiene frío dentro del nivel que exige la corporación gloria; el precio que manejan es fijo, y es determinado de acuerdo a la calidad y litros de la leche bovina, la distribución es directa, el recojo de la leche es en el mismo centro de producción.

En conclusión; las características de comercialización de leche bovina de esta mype ganadera cumplen con los parámetros que les exige su principal cliente, entregan la leche bovina de calidad y evitan descuentos o pérdida del producto, esto se debe a la estandarización que han ido adecuando y cumpliendo con el pasar de los años.

De esta manera se pretende que este trabajo de investigación pueda ser útil y servir como modelo para los estudiantes de esta universidad, dejar un precedente en la sociedad investigadora y también para los ganaderos de la provincia de Cañete o futuros nuevos empresarios.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

a) Internacional

Rabling (2016) en su tesis de investigación “*Manejo productivo y eficiencia económica en establos lecheros familiares en texcoco*”. Cuyo objetivo general es evaluar la eficiencia y el estado económico con el uso de indicadores productivos y económicos de las unidades de producción de leche a pequeña escala en Texcoco, estado de México. La metodología utilizada fue cualitativa tipo descriptiva, se realizó la recolección de datos a través de encuestas, visita directa y monitoreo periódico en 15 unidades productivas de 7 comunidades.

- Los productores de leche basan su eficiencia en la producción y comercialización de leche gracias al uso de recursos alimenticios propios (autogenerados), para esto es fundamental llevar a cabo un registro de alimentación, reproducción, producción, económico y de ventas. Ya que de ello depende las decisiones que se tomen para mejorar la producción y por ende aumentar su comercialización.

Robayo (2018) en su tesis de investigación “*Creación de una empresa para la producción; recolección y comercialización de leche bovina en el municipio de turmequé; departamento de boyacá*”, cuyo objetivo general es Crear una empresa para la producción, recolección y comercialización en una finca productora de leche en el municipio de Turmequé, en el departamento de Boyacá. La metodología utilizada fue cualitativo investigativo, constructivo y desarrollo ya que busca consolidar la información obtenida en las experiencias de lecherías. La investigación se realizó en 4 meses.

- Según los estudios realizados, el proyecto muestra viabilidad. Puesto que se enfocarían en la comercialización de la leche basada a costos y valor agregado, buscan en primer punto tener estrategias de diferenciación para poder estrechar las relaciones con los clientes. A lo largo del tiempo de investigación pudieron observar que el animal que produce más leche por día no necesariamente puede llegar a ser el más rentable, sino el animal que más produzca, pero coma menos es un animal en condiciones óptimas para el negocio, Hay factores que predisponen y determinan la calidad de la leche como las características raciales, edad, etapa de lactancia, salud, alimentación y confort de la vaca, así como la técnica de ordeño, luego de ordeñada la leche debe tener un tratamiento higiénico adecuado.

Grijalva (2014) en su tesis de investigación “*Sistema innovador para procesos de producción y comercialización de la leche en el Ecuador*”, cuyo objetivo general es Evaluar la efectividad de un nuevo Sistema de Procesos de Producción y Comercialización de leche en el Ecuador, la metodología utilizada fue cualitativa, se realizó encuestas a 354 familias, para comprobar si es factible implementar un nuevo método de producción y comercialización.

- Para garantizar la calidad de la leche y su vez asegurar las ventas, es importante empezar desde la producción de la leche, ofrecer un buen producto gracias a la excelente alimentación del ganado, para conservar el sabor original de la leche recién ordeñada. Para la población encuestada lo más importante es que la leche tenga buen sabor, sea higiénica y que tenga buen olor. Este dato es importante tomar en cuenta ya que siempre se necesita saber el gusto de los consumidores. La leche producida debe ser enfriada inmediatamente para su posterior comercialización, mediante el método de fuerza de ventas propia, en el cual se tiene un grupo de vendedores que visitan todo tipo de clientes, para entregar la leche, quienes basados en rutas planifican diariamente las entregas. En general el hábito de los hogares es la compra diaria de leche por las mañanas y también por la tarde.

b) Nacional

Romero (2017), en su tesis de investigación titulada “*Factores asociados a la producción, transformación y comercialización de productos lácteos en las comunidades de tambo real y ancachuro del distrito de zurite, provincia anta 2010 - 2015*”, cuyo objetivo general fue analizar y determinar los factores que influyen en la producción, transformación y comercialización de productos Lácteos. La metodología que utilizaron fue cuantitativa ya que manejaron información en base a recolección de datos que analizaron de forma estadística. Y el nivel de investigación fue descriptivo porque la información obtenida está enmarcada en un espacio geográfico y tiempo específico. Para ello realizaron una encuesta a 121 productores de leche de ambas comunidades del distrito que fue desarrollada en una semana en diversas comodidades.

- Al ser este distrito uno de los mayores generadores de leche, se debería fomentar la capacitación en el manejo técnico entre los productores, enseñarles el buen uso de los materiales para la extracción de la leche, el cuidado del ganado, el espacio de ordeño; para que los ganaderos no continúen comercializando de manera tradicional. En cuanto a la asociatividad, esto les permitiría tener un mayor ingreso en el mercado local para poder comercializar su producto y crecer como empresa.

Jhonston (2017) en su tesis de investigación titulada “*Exportación y producción de leche evaporada del Perú en el periodo 2008 – 2016*”. Cuyo objetivo general de su investigación fue comprobar la relación que existe entre el comercio

internacional y la productividad de la leche evaporada en el Perú durante el periodo 2008 – 2016. La metodología que utilizo fue cuantitativa – descriptiva ya que realizo su investigación en base a recolección de datos. Su investigación se justifica la problemática del estancamiento de la exportación de la leche durante el periodo 2008 – 2016, se escogieron 4 países que superan el 50% de la exportación de leche,

- Este problema en principio se debe a que el negocio lechero en Perú es monopolizado y no permite que otros productores crezcan – comercialicen - hay que tener en cuenta que en china la producción e industrialización de leche está creciendo desde el 2013 y esto origina que el precio internacional este en caída, por lo cual aumenta las importaciones, lo que perjudica más la producción nacional y por ende el comercio de leche. Perú aún no tiene la capacidad productiva de ser competitivo en este rubro a nivel internacional como países bajos, Perú exporta leche evaporada a países que están en desarrollo como Haití, porque son países que consumen leche evaporada en vez de leche fresca. Para finalizar su estudio revela que la relación entre el volumen y valor de exportación y la producción de leche en Perú ha sido positiva durante el periodo 2008 – 2016

Castillo (2016) en su tesis de investigación titulada “*Implementación de un sistema de costos por procesos en la crianza de ganado vacuna y su comercialización de leche para mejorar la rentabilidad de la empresa agropecuaria los luises s.r.l. – la libertad 2015*”. Cuyo objetivo general es Implementar un sistema de costos por procesos en la crianza de ganado Vacuno

para mejorar la Rentabilidad en la comercialización de leche de La Empresa Agropecuaria Los Luises S.R.L – La Libertad, Año 2015. Para diseñar una estructura de costos que le permita el control, manejo y acumulación de sus costos de producción a fin de satisfacer sus necesidades de manera oportuna y eficaz. La metodología que utilizo fue cualitativa – participativa. Actualmente la empresa cuenta con un sistema de costos tradicional, donde solamente toman en consideración sus ingresos y egresos para obtener su rentabilidad económica.

- Al ser esta empresa de origen familiar, pues en ella trabajan miembros de la familia, usan recursos propios o de familiares y amigos, tienen poco capital y fuerza de trabajo no calificado, además no cuenta con un sistema de costos que le permita tener una visión de costos y gastos que incurren en el proceso de producción y comercialización, por lo tanto no les ayudan a determinar de manera concreta el costo real de la producción y mucho menos aporta información útil e indispensable para la toma de decisiones y control de la organización. Esto conlleva a que la determinación del costo del litro de leche se realiza de manera tradicional sumando todos los gastos incurridos entre la cantidad producida más un margen de utilidad que desea ganar. Con la implementación de un sistema de costo se podrá conocer a detalle la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

Carranza (2016) en su tesis de investigación “*Proyecto de inversión para una planta de derivados lácteos en la ciudad de Cutervo*”. Cuyo objetivo general es determinar la viabilidad para la planta de derivados lácteos en la ciudad de Cutervo; la metodología que utilizo fue cuantitativa tipo descriptiva porque se

ha orientado al conocimiento del sector lácteo peruano tal como está en un espacio temporal. Se tomó como muestra 382 familias de la población urbana que pertenece a los segmentos A, B y C de la ciudad de Chiclayo en donde se evaluaron hábitos, características, frecuencias y preferencias de consumo de derivados lácteos; también realizaron 6 entrevistas a los productores de los derivados lácteos artesanales que registran mayor producción en la ciudad de Cutervo.

- El proyecto es viable porque el mercado final prefiere un producto procesado artesanal, en vez de productos procesados con conservantes, teniendo en cuenta que los proveedores de leche son de la zona, entonces los costos se reducen y aumentan las ventas.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Calidad

Deming (1989) Es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. El principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Tipos de calidad según Deming

- Deming (1989), **La calidad interna, también llamada "calidad técnica" o "calidad funcional"**: se corresponde con los aspectos técnico-funcionales del servicio; es decir, ¿responde el servicio a las expectativas de uso o consumo de los clientes? Por ejemplo, la ropa que se dejó en la tintorería fue devuelta limpia, sin manchas y bien planchada: desde el punto de vista técnico-funcional, el servicio cumplió las expectativas.

- Deming (1989), **La calidad externa, también llamada "calidad comercial"**: se relaciona con: (a) la forma como es "entregado" el servicio; y (b) la manera como responde a las expectativas del cliente o usuario en el proceso de uso o consumo del servicio. Por ejemplo, la ropa dejada en la tintorería no se entregó el día prometido, el cliente tuvo que perder mucho tiempo porque no la encontraban, en la tintorería pretendieron cobrar un servicio extra que no habían previsto inicialmente, en el momento de retirar la ropa en la tintorería no tenían bolsas plásticas para protegerla, etc

Reeves y Bednar (1994) los autores opinan que no existe una definición universal y global de la calidad sino básicamente cuatro tipos de definición; calidad como excelencia, calidad como valor, calidad como ajuste a las especificaciones, calidad como respuesta a las expectativas de los clientes. (pág. 5)

Imai (1998) el autor se refiere a calidad, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad

de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios (pág. 10)

Grönroos (1994) el autor indica que a diferencia de la calidad en los productos, que puede ser medida objetivamente a través de indicadores tales como duración o número de defectos, la calidad en los servicios es algo fugaz que puede ser difícil de medir, la propia intangibilidad de los servicios origina que éstos sean percibidos en gran medida de una forma subjetiva (pág. 37)

2.2.2. Comercialización

Mc. Carthy (1983) es la realización de las actividades comerciales que orienten al flujo de bienes y servicios del productor al consumidor, con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa.

Tipos de Comercialización según Mc Carthy

- **Micro - comercialización:** consiste en la observación de los clientes y a las gestiones de las organizaciones individuales que los sirven. Es decir, son las actividades que teniendo en cuenta las necesidades de los clientes, tratan de cumplir los objetivos, estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes. En este tipo de comercialización, la obtención de bienes es clave para alcanzar los objetivos de las empresas de forma optimizada, y se debe comenzar a partir de las necesidades del cliente y no del proceso de producción.

- **Macro - comercialización:** valora de forma general todo el sistema de producción y distribución. Se trata de un proceso al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, del productor al consumidor, equiparando la

oferta y la demanda y logrando los objetivos de la sociedad. Se debe establecer un acuerdo entre todos los sistemas económicos para decidir qué debe producirse, la cantidad, a quiénes van a distribuir o por cuánto van a hacerlo.

Stanton (1969) el autor indica que se refiere a todas las acciones necesarias para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora hacia su sitio de consumo.

Arellano (2004) el autor define la comercialización, como todas aquellas acciones que le permiten cumplir con la función de facilitar la distribución y entrega de productos al consumidor final.

2.2.3. Leche

Farrall (1963), es un alimento de alto valor nutritivo, cuyos componentes varían según la manera de alimentación, raza, edad del animal, forma de ordeño, entre otros factores. La capacidad nutritiva y valor biológico de la leche, está en la riqueza de sus sólidos totales en especial, en los sólidos no graso como proteína, lactosa, minerales. (pág. 24)

Tipos de Leche según Farrall (1963)

- **La leche esterilizada**, según indica el autor este tipo de leche es oprimida a un proceso de esterilización, que combina elevadas temperaturas con un lapso bastante elevado. En esta evolución se provoca la pérdida de vitaminas B1, B2, B3, así como de algunos aminoácidos esenciales.

- **La leche pasteurizada**, según indica el autor es aquella leche que ha sido tratada a unas temperaturas muy elevadas en un determinado tiempo, no pasan de los 3-4 segundos, en un corto período de calentamiento, las cualidades nutritivas y organolépticas del producto final se mantienen casi intactas o varían muy poco respecto a la leche de partida.

- **Leche semidesnatada**, según indica el autor en este tipo de leche se elimina parcialmente el contenido graso, y oscila entre 1,5 y 1,8 gramos por 100 gramos de producto, el sabor menos intenso.

- **Leche desnatada**, según indica el autor, este tipo de leche es la que sostiene todos los nutrientes de la leche entera excepto la grasa, el colesterol y las vitaminas liposolubles.

- **Leche Fermentada**, el autor indica que es la leche natural sometida a un proceso de fermentación. Intervienen microorganismos específicos para cada tipo de leche fermentada.

- **Leche condensada desnatada**, el autor indica que este tipo de leche se elabora a partir de leche desnatada, es decir, que contendrá como máximo un 1% de materia grasa.

- **Leche certificada**, es un certificado de garantía, que desde el tiempo que transcurre de la ubre a la boca del consumidor todo se ha hecho en circuito Cerrado, es decir leches de máxima garantía sanitaria. La leche tiene una vida útil muy reducida

2.2.4. LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPE) LEY 30056

Escalante (2014) La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

LA PRESENCIA DE LA MYPE EN LOS SECTORES PRODUCTIVOS

Mares (2013), Un somero análisis de la presencia de la MYPE en la economía nacional nos permite concluir que ella participa, prácticamente, de todos los sectores. Despunta, sobre todo, en los sectores no primarios (siendo el sector agropecuario en el que se registra una mayor participación de la MYPE formal). Esto le permite usar una mayor cantidad de mano de obra y le otorga un gran potencial para aumentar el valor agregado de la producción. Los sectores de comercio y servicios también registran una importante participación de las MYPEs. Ello se debe, principalmente, a la facilidad para acceder y salir de estos sectores, lo que se traduce en un menor costo al momento de constituir una empresa dedicada a estos rubros. Esto guarda una estrecha relación con la poca participación que tiene la MYPE en el mercado externo; pues, los rubros antes mencionados están dirigidos, sobre todo, al mercado interno. Ahora bien, dentro de los principales sectores económicos de exportación de las MYPEs se encuentran los no tradicionales (productos de origen animal y vegetal, así como textiles y confecciones).

Cabe resaltar, además, que el número de partidas exportadas ha ido en aumento; incorporándose, progresivamente, muchas nuevas partidas comercializadas por las MYPEs.

2.3. Marco conceptual

Definición de Calidad

Calidad es la conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad. CROSBY 1979

- Definición de Calidad externa

Que corresponde a la satisfacción de los clientes. El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para fidelizarlos y de ese modo mejorar su participación en el mercado CROSBY 1979.

- Definición de Calidad interna

Que corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía. El propósito de la calidad interna es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. CROSBY 1979

Importancia de la Calidad

Colunga (1995) la importancia de la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: **la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado y la generación de empleos** (pág. 25):

- Reducción de costos

Automáticamente los costos se reducen ya que la organización tendrá menos re - procesos, con esto, las piezas que se desechaban, ahora serán utilizadas, las personas que se encargaban de volver a reprocessar dichas piezas, ahora podrán dedicarse a la producción y el tiempo que le dedicaban a este mismo los podrán utilizar para innovar nuevos productos o mejorar sus sistemas de producción.

- Disminución en los precios

Como consecuencia en la reducción de costos, ocasionado por el menor uso de materiales, por la reducción en los re - procesos, por el menor desperdicio y por el menor desgaste humano, la productividad aumenta considerablemente y el precio del producto o servicio puede ser menor.

- Presencia en el mercado

Con una calidad superior a la de la competencia, con un precio competitivo, con productos innovadores y cada vez más perfeccionados, el mercado reconoce la marca creando una confiabilidad hacia los productos fabricados o servicio otorgados; lo que redundará en una presencia sobresaliente en el mercado.

- **Permanencia en el mercado**

Como consecuencia de las ventajas antes mencionadas, la empresa tiene alta probabilidad de permanecer en el mercado con una fidelidad por parte de los consumidores.

- **Generación de empleos.**

Al mejorar la calidad, con un precio competitivo, con presencia y permanencia en el mercado, se pueden proporcionar más empleos, que a su vez demuestra un crecimiento en la organización y cumple íntegramente con uno de los objetivos de la empresa.

Principios de la Calidad según Viveros (1997) se desarrolla en:

- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Satisfacer las necesidades del cliente (tanto externo como interno ampliamente)
- Buscar soluciones y no estar justificando errores.
- Ser optimista a ultranza.
- Tener buen trato con los demás.
- Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
- Ser puntual.
- Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
- Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
- Ser humilde para aprender y enseñar a otros.

- Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
- Ser responsable y generar confianza en los demás.
- Simplificar lo complicado, desburocratizando procesos.

Factores Relacionados con la Calidad Grönroos (1988, 1994)

- **Dimensión técnica:** engloba los aspectos científicos y tecnológicos que afectan al producto o servicio.
- **Dimensión humana:** cuida las buenas relaciones entre clientes y empresas.
- **Dimensión económica:** intenta minimizar costos tanto para el cliente como para la empresa.

Parámetros de la Calidad Grönroos (1988, 1994)

- **Calidad de diseño:** El grado que un producto o servicio se ve reflejado en su diseño.
- **Calidad de conformidad:** Es el grado de fidelidad con el que es reproducido un producto o servicio respecto a su diseño.
- **Calidad de uso:** el producto ha de ser fácil de usar, seguro, fiable, etc.
- **El cliente es el nuevo objetivo:** las nuevas teorías sitúan al cliente como parte activa de la calificación de la calidad de un producto, intentando crear un estándar en base al punto subjetivo de un cliente.

Definición de Comercialización

Es la realización de las actividades comerciales que orienten al flujo de bienes y servicios del productor al consumidor, con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa. MC CARTHY 1983.

- **Definición de Macro comercialización**

Se refiere a una venta al mayoreo; es decir, se puede entender como el proceso mediante el cual, se lleva a cabo la venta de bienes y servicios del productor al consumidor, en donde, exista un equilibrio que permita que se cumplan tanto los objetivos de los productores, como de los consumidores, logrando un beneficio común para la sociedad. MC CARTHY 1983

- **Definición de Micro comercialización**

Se refiere a la venta al menudeo, es decir, a las actividades que se desarrollan en la producción y venta de un producto o servicio dentro de una organización, mismas que deben cumplir con las características necesarias que satisfagan las necesidades del consumidor. MC CARTHY 1983

Funciones Universales de la Comercialización según Mc Carthy (1983)

- **Funciones que componen la transformación del producto:** estas incluyen la función de compra y la función de venta: el proceso de intercambio. La función de compra se ocupa de la política y procedimiento para determinar necesidades, selección y evaluación de productos y servicios de las gestiones que conducen a la

transferencia de la propiedad. La venta implica encontrar y motivar compradores a través de diversas técnicas de producción.

- **Funciones que componen el abastecimiento físico:** el transporte y el almacenamiento comprende el manejo y el movimiento de productos y con frecuencia el cambio de propiedades, el costo de transporte está más compensado por la creación de una utilidad de distancia y la función de almacenamiento nos da utilidad de tiempo. El transporte y el almacenamiento constituyen las actividades principales de numerosas instituciones de comercialización; tales como mayoristas
- **Funciones que auxiliares:** la estandarización y la clasificación, la toma de riesgos, la información sobre mercados y la financiación son funciones que auxilian a las compras, a las ventas, al transporte y al almacenamiento. Estos servicios auxiliares constituyen un componente importante y necesario de la labor de comercialización, y son parte de la estructura del concepto de gerencia de comercialización.

Síntesis de la Comercialización según Mc Carthy (1983)

- El producto - la política de precios
- Promoción y servicios - canales de distribución

Factores que influyen en el sistema de Comercialización según Mc Carthy (1983)

- Los objetivos mercadotécnicos
- Las actitudes y hábitos del consumidor
- Las actitudes y motivaciones del ramo de comercio
- Las características de bienes y servicios
- La competencia

Flujos de la Comercialización según Nafin (1998)

El autor al identificar las condiciones que en un momento dado puedan limitar las facilidades de comercialización o distribución de los productos del proyecto, se señala los siguientes flujos de comercialización:

- Deficiencias de infraestructura
- Régimen de mercado
- Idiosincrasia de los usuarios
- Restricciones legales
- Restricciones por distancias excesivas
- Dificultades de acceso

Definición de la Leche Bovina

Es el fluido biológico que segregan las hembras de los mamíferos, cuyo papel es aportar los nutrientes y la energía necesaria. FARRALL 1963

- **Definición de leche Esterilizada;** según el autor, es aquella leche que es puesta a un proceso de esterilización clásica, que combina altas temperaturas con un tiempo bastante elevado. Esto provoca la pérdida de vitaminas B1, B2, B3, así como de algunos aminoácidos esenciales FARRALL 1963.
- **Definición de leche Pasteurizada;** según el autor, es aquella leche que ha sido tratada a unas temperaturas muy elevadas durante un tiempo que no superan los 3-4 segundos. FARRALL 1963
- **Definición de leche Semidesnatada;** según el autor, este tipo de leche es a la que se le ha eliminado parcialmente el contenido graso, y este oscila entre 1,5 y 1,8 gramos por 100 gramos de producto. FARRAL 1963

- **Definición de leche Desnatada;** según el autor, este tipo de leche mantiene todos los nutrientes de la leche entera excepto la grasa, el colesterol y las vitaminas liposolubles FARRALL1963
- **Definición de leche Fermentada;** según el autor, este tipo de leche natural sometida a un proceso de fermentación. Intervienen microorganismos específicos para cada tipo de leche fermentada. FARRALL 1963
- **Definición de leche Condensada – desnatada;** según el autor, este tipo de leche, se elabora a partir de leche desnatada, es decir, que contendrá como máximo un 1% de materia grasa. FARRALL 1963
- **Definición de leche Certificada;** es un certificado de garantía, que desde el tiempo que transcurre de la ubre a la boca del consumidor todo se ha hecho en circuito cerrado, es decir leches de máxima garantía sanitaria. La leche tiene una vida útil muy reducida. FARRALL 1963

Componentes de la Leche

- **Grasa**

Maza y Legorreta (2011), según los autores, La grasa constituye el 3,5 por ciento de la leche, variando entre razas de vacas y las prácticas de alimentación. La grasa se encuentra presente en pequeños glóbulos suspendidos en agua se encuentre intacta, la leche permanece como una emulsión. (pág. 11)

- **Proteína**

Geosta y López (2003), según los autores, Las proteínas de la leche tienen una estructura definida, su componente fundamental son los aminoácidos. Estos se pueden combinar de diferentes maneras tal, pero cuando la leche es sometida a diferentes tratamientos esta estructura puede cambiar.

La estructura primaria está conformada por el ordenamiento de la cadena peptídica y su estabilidad se debe al enlace peptídico o de covalencia entre los aminoácidos de la cadena. La estructura secundaria o espacial constituye las cadenas de aminoácidos que se unen formando una especie de hélice, su estabilidad se debe en parte a las uniones con los átomos de hidrógeno. La estructura terciaria está conformada por varias cadenas replegadas sobre sí mismas. (pág. 12)

La desnaturalización de las proteínas se debe a una modificación limitada de la estructura secundaria y terciaria de las proteínas, sin rompimiento de sus enlaces covalentes, ni separación de fragmentos lo que hace que se reagrupen las cadenas dando lugar a una estructuración diferente de la proteína. (pág. 12)

- **Carbohidratos**

Vélez y Barbosa (1998), los autores indican que, en la práctica la lactosa es el único azúcar de la leche, aunque en ella existen también en pequeña proporción polisíidos libres y glúcidos combinados, la leche de vaca tiene 4,9 por ciento de lactosa, una cantidad que no llega a endulzar debidamente a la leche.

Lactosa: El hidrato de carbono de la leche es la lactosa (azúcar de leche), un disacárido constituido por glucosa y galactosa. Está formada por la acción conjunta de la N-galactosiltransferasa y la α -lactalbúmina (lactosintetasa) para formar la unión glucosa-galactosa; la glucosa llega a la ubre por la sangre. (pág. 13,14)

- **Vitaminas**

Vélez y Barbosa (1998) según los autores, indican que la leche contiene todas las vitaminas. Es rica en riboflavina., una buena fuente de Vitamina A y tiamina, sin embargo, es deficiente en niacina y ácido ascórbico. En la leche, los niveles de Vitamina A y el 9 de su precursor, el caroteno, están propensos a ser más elevados en el verano, cuando la vaca lo consume abundantemente debido a su alimentación más verde que en el invierno (pág. 15)

- **Minerales, Cenizas y Sales**

Vélez y Barbosa (1998) los autores, nos indican que, Prácticamente todos los minerales del suelo, de donde se ha alimentado la vaca, están presentes en la leche. El calcio es el más significativo desde el punto de vista nutricional. Está presente en forma abundante y fácilmente asimilable por el organismo. (pág. 15)

- **Enzimas**

Vélez y Barbosa (1998) los autores nos indican que, Son catalizadores biológicos de naturaleza proteica (provista o no de una parte no proteica llamada coenzima o grupo prostético). Las enzimas se encuentran presentes

como proteínas simples o como apo proteínas en los complejos lipoprotéicos se encuentran repartidas en todo el sistema. (pág. 16)

- **Acidez**

Alais (2003) para el autor, la leche es ligeramente ácida, presentando comúnmente un pH entre 6,5 y 6,7. Es bien tamponado por las proteínas y por las sales minerales, en especial por causa de los fosfatos. (pág. 16)

Valor Nutritivo de la Leche

Según el autor **Varnam (2001)**, Los componentes nutritivos de la leche no solo favorecen el buen funcionamiento de los sistemas biológicos del organismo, sino que también ayudan a prevenir o curar ciertas enfermedades. Además de eso, muchos de los componentes responsables por la reputación de la leche como alimento sano, también pueden ser utilizados como ingredientes lácteos por parte de los profesionales que trabajan en el desarrollo de nuevos productos y nuevas tecnologías de producción de alimentos. Estudios epidemiológicos recientes sugieren que una dieta rica en productos lácteos disminuye el riesgo de contraer una enfermedad cardiovascular. Estos estudios demuestran 11 que los componentes bioactivos del suero tienen un efecto positivo en la salud cardiovascular. El término bioactividad se refiere a los componentes alimenticios que tienen un efecto en procesos biológicos o sustratos de tales procesos y que tienen un impacto positivo en las funciones del organismo y la salud.

Principales Derivados de la Leche

- La Mantequilla

Ludueña (1997), Obtenida del batido y amasado de la nata de la leche, es el resultado de transformar una emulsión de grasa en agua (leche) en una emulsión de agua en grasa (mantequilla). Si se desea elaborar mantequilla casera, se puede conseguir batiendo la nata con una cuchara, siempre y cuando se bata de arriba abajo en el recipiente, o bien empleado una batidora. Tiene un alto valor nutritivo (vitamina A y D). Es digerible y por su sabor característico no es posible ser sustituido. La fabricación puede ser a partir de crema dulce o crema fermentada.

- El Yogurt

Ludueña, F y Valdivia, J (1997), Es un producto alimenticio de consistencia semisólida que procede de la leche, generalmente de vaca, la cual se somete a un proceso de fermentación por lo que también se lo suele denominar "leche fermentada o acidificada". Se ha podido comprobar que el yogurt presenta un efecto favorable sobre la flora intestinal, ejerciendo una clara modulación en el equilibrio del mismo. Por otra parte, se ha comprobado que el yogurt estimula la respuesta inmunitaria fortaleciendo así nuestro sistema defensivo y aumentando la actividad del mismo.

- El Queso

Ludueña, f y j. Valdivia (1997), Es el producto obtenido por la coagulación de la leche y posterior separación del agua, lactosa, sales minerales, seguida o no de la maduración. El queso fresco se puede obtener coagulando la leche, la

leche desnatada, leche parcialmente desnatada y nata, gracias a la acción del cuajo o de otros agentes coagulantes apropiados y por eliminación parcial del lacto suero resultante de esta coagulación.

Las Micro Y Pequeñas Empresas (MYPE) LEY 30056

Escalante (2014) La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) LEY 30056

- **Microempresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT (S/.555 mil)
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT's (S/.555 mil) hasta el monto máximo de 1700 UIT (S/.6'290.000).
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT (S/.6'715,000) hasta el monto máximo de 2300 UIT (S/.9'085,000).
-

La Ley N° 30056, elimina el número máximo de trabajadores como parámetro para calificar como una MYPE. El incluir esta variable incidía negativamente en el mercado de trabajo. Por ello, su eliminación resulta acertada, pues fomentará el uso del factor trabajo frente al factor capital.

Así las cosas, con la modificación realizada por la Ley N° 30056, el nivel de ventas anuales queda como el único factor de categorización empresarial. Además, la citada Ley establece una nueva categoría empresarial, a saber: la mediana empresa. Pero, debemos acotar que el RLE resulta aplicable a la MYPE, mas no a la mediana empresa.

Exclusiones del Regimen Mype Ley 30056

Serán excluidos de la ley si:

- Conforman un grupo económico que, en conjunto, no reúna las características de una Mype
- Tiene vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no cumplan las características de una Mype.
- Falsifiquen información o dividan sus unidades empresariales con la finalidad de ingresar en dicho régimen.

El Remype

Para que una empresa califique como micro o pequeña empresa debe estar

Inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype)

La inscripción se realiza a través de la página web del Ministerio de Trabajo y

Promoción del Empleo y se requiere el número RUC del empleador y su clave SOL

Beneficios de la Remype

Microempresas

- A ser asegurados al Sistema Integral de Salud, a cargo del Ministerio de Salud, este es un sistema semi contributivo, es decir el Estado asume el 50% de este seguro y el empleador el otro 50%.
- A ser asegurados al Sistema Nacional de Pensiones, al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- A una jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- A 24 horas continuas de descanso físico.
- A una indemnización, en caso de despido arbitrario, equivalente a 10 remuneraciones diarias por año de trabajo, con un tope de 90 remuneraciones diarias.
- A una remuneración mínima vital (S/. 550.00 nuevos soles)
- A 15 días de vacaciones, por cada año de trabajo o su proporcional, pudiendo reducir de 15 a 7 días con la debida compensación económica.
- A gozar de los feriados establecidos en el Régimen Laboral

Pequeña Empresas

- A estar afiliados en el régimen contributivo de ESSALUD, en donde el empleador deberá aportar el 9% de lo que perciba el trabajador.
- A ser asegurados al Sistema Nacional de Pensiones (SNP/ONP), o al Sistema Privado de Pensiones (AFP)
- A una jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- A 24 horas continuas de descanso físico.

- A una indemnización, en caso de despido arbitrario, equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año de trabajo con un tope máximo de 120 remuneraciones diarias.
- A percibir ½ sueldo por cada año de trabajo, en calidad de Compensación por Tiempo de Servicio (CTS).
- A quince días de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional.
- A una remuneración mínima vital (S/. 550.00).
- A percibir gratificaciones equivalentes a ½ sueldo en Julio y ½ sueldo en diciembre, siempre y cuando haya laborado el semestre completo, es decir de enero a Junio y Julio a Diciembre, e caso contrario percibirá la parte proporcional.
- A formar parte de un sindicato.
- A gozar del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo en caso realice actividades riesgosas.

Régimen MYPE Tributario (RMT)

Es un régimen creado especialmente para las Micro y pequeñas empresas, con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias. Uno de los requisitos para estar en este régimen es que tus ingresos netos no superen los 1700 UIT en el ejercicio gravable.

Ventajas de este régimen tributario:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida
- Tasas reducidas
- Posibilidad de suspender los pagos en cuenta.
- Poder emitir comprobantes de cualquier tipo.

III. Metodología

3.1. Tipo de investigación

- El tipo de investigación será cualitativo, porque se limitará a describir la variable del estudio.

3.2. Nivel de investigación

- El nivel de investigación será descriptivo.

Sabino (1986) la investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento (Pág. 51)

3.3. Diseño de la investigación

- El diseño de la investigación es etnográfico.

Goetz (1988) Una investigación etnográfica es una descripción o reconstrucción analítica de escenarios y grupos culturales intactos. Las etnografías recrean para el lector las creencias compartidas, prácticas, conocimiento popular y comportamiento de un grupo de persona. (Pág. 28)

3.4. Población y muestra

- No se considera, porque es un estudio de caso cualitativo; y solo se tomará en cuenta a una empresa y un entrevistado.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la entrevista.

3.6. Plan de análisis

- En relación al plan de análisis de resultados, Para el levantamiento de información, se utilizó la guía de entrevista, con preguntas relacionadas a las bases teóricas y conceptuales de acuerdo a la variable que se utilizó en la matriz de consistencia y matriz de categorización, el desarrollo de la recolección de datos se realizó mediante la entrevista al administrador de la mype ganadera SERGIOY TINA, el cual fue transcrita en los cuadros de preguntas y respuestas, para luego ser analizado, y se elaboró la matriz de síntesis de entrevista, finalmente teniendo los resultado, se analizó las respuestas con respecto al objetivo general y los objetivos específicos, para darles la conclusión a cada uno de ellos.

3.7. Matriz de consistencia

3.8. Matriz de categorización

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: “LA CALIDAD DE LA COMERCIALIZACION DE LECHE BOVINA: CASO MYPE GANADERA SERGIO Y TINA, DEL SECTOR PRODUCCION. CENTRO POBLADO CASA PINTADA, DISTRITO DE IMPERIAL, PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2018”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	CATEGORIAS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION
<p>1. ENUNCIADO GENERAL</p> <p>¿Cuáles son las características para la comercialización de la leche bovina: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. Centro Poblado Casa Pintada, Distrito de Imperial. Provincia de Cañete, Departamento de Lima, periodo 2018?</p>	<p>1. OBJETIVO GENERAL</p> <p>Identificar las características de la comercialización de leche bovina: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. Centro Poblado Casa Pintada, Distrito de Imperial. Provincia de Cañete, Departamento de Lima, periodo 2018.</p>	<p>1. CATEGORIA COMERCIALIZACION</p> <p>Mc Carthy (1983) realizar actividades comerciales que orienten al flujo de bienes y servicios, del productor al consumidor.</p>	<p>1. OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las características de almacenamiento: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. centro poblado casa pintada, distrito de Imperial, provincia de cañete, periodo 2018 • Identificar las características de precio: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. centro poblado casa pintada, distrito de Imperial, provincia de cañete, periodo 2018 • Identificar las características de distribución: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. centro poblado casa pintada, distrito de Imperial, provincia de cañete, periodo 2018. 	<p>TIPO DE INVESTIGACION</p> <p>El tipo de investigación es cualitativa.</p> <p>METODO DE INVESTIGACION</p> <p>El nivel de investigación que utilizare es descriptivo. Ya que se va describir de acuerdo a la realidad.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACION</p> <p>Etnográfica</p> <p>TECNICA</p> <p>La entrevista</p> <p>POBLACION</p> <p>No se considera porque es un estudio de caso cualitativo, solo se tomará en cuenta 1 empresa y un entrevistado.</p> <p>UNIVERSO</p> <p>No se determina porque se desconoce.</p>

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

TITULO: “LA CALIDAD DE LA COMERCIALIZACION DE LECHE BOVINA: CASO MYPE GANADERA SERGIO Y TINA, DEL SECTOR PRODUCCIÓN. CENTRO POBLADO CASA PINTADA, DISTRITO DE IMPERIAL. PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2018”

UNIDAD TEMATICA	CATEGORIA	DEFINICION CONCEPTUAL	SUB CATEGORIAS	DEFINICION CONCEPTUAL	PREGUNTAS
LA CALIDAD DE LA COMERCIALIZACION DE LECHE BOVINA: CASO MYPE GANADERA SERGIO Y TINA, DEL SECTOR PRODUCCION. CENTRO POBLADO CASA PINTADA, DISTRITO DE IMPERIAL. PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2018.	CALIDAD	Crosby (1979) es la conformidad con los requerimientos.	CALIDAD INTERNA	Mejoramiento de la operación interna de una compañía. El propósito es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos	¿Cuál es la forma o manera de comercializar de la empresa? ¿El producto entregado reúne las condiciones necesarias para la satisfacción del cliente? ¿Qué cantidad en litros de leche consideran para la micro comercialización?
			CALIDAD EXTERNA	La satisfacción del cliente, El logro de esta, requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para fidelizarlos.	¿Cuál es la cantidad en litros de leche consideran para la comercialización por mayor? ¿Qué parámetros tiene el proceso de conservación de la leche? - nivel de refrigeración.
	COMERCIALIZACION	Mc Carthy (1983) Realizar actividades comerciales que orienten al flujo de bienes y servicios, del productor al consumidor.	MICRO COMERCIALIZACION	Son las ventas al menudeo, es decir, a las actividades que se desarrollan en la producción y venta de un producto o servicio dentro de una organización	¿Qué certificaciones tienen?
			MACRO COMERCIALIZACION	Son las ventas al mayoreo, en donde, exista un equilibrio que permita que se cumplan tanto los objetivos de los productores, como de los consumidores.	¿El nivel de ventas a cuánto asciende? -cuantos años tienen en el mercado.

3.9. Principios éticos

- Consentimiento informado

Antes que el representante de la empresa sea entrevistado, fue informado sobre la investigación y cuál era el objetivo de la entrevista, el representante de la empresa no se sintió presionado ni persuadido. El representante de la empresa dio libremente su consentimiento antes y durante la investigación y entrevista.

- Responsabilidad

Capacidad de comprometerse con el cumplimiento de las tareas encomendadas, es el valor que permite a la persona reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos.

- Profesionalidad

Es la ética con nosotros mismos. Capacidad de trabajo, disciplina, formación continua, perseverancia e interés.

- Confianza

Es la confianza de seguridad hacia una persona firme que alguien tiene hacia otra persona o cosa. Cuando alguien confía en otro, cree que puede predecir sus acciones y comportamientos, la confianza simplifica las relaciones sociales.

- Veracidad

Es la cualidad de lo que es verdadero o veraz, y esta conforma con la verdad y se ajusta a ella. Es un valor moral positivo que busca la verdad.

- Respeto a la persona humana

Este trabajo se ha realizado respetando y sin dañar la susceptibilidad de la persona, enfocándose en la mejora de la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1.Resultados

MATRIZ 1 SINTESIS DE ENTREVISTA

PREGUNTAS	SUJETO 1	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	INTERPRETACION
1. ¿Cuál es la forma o manera De comercializar de la empresa?	Venden la leche fría a la corporación gloria, la venta es directa sin intermediarios, ya que tienen un acuerdo comercial, todos los días envían una cisterna desde lima, ya no acopian en la planta de cerro candela.			El sujeto 1, conoce los procedimientos en cuanto al acuerdo comercial que manejan con la empresa gloria, tiene determinados las fechas de facturación; muy aparte que Saben los horarios de la recolección de leche, que por lo tanto deben tener listo el producto que Ofrece la Ganadería Sergio y tina.
2. ¿el producto entregado reúne las condiciones necesarias para la satisfacción Del cliente?	La corporación gloria es muy exigente en Procesos de calidad, eso los ha conllevado a estandarizar algunos procesos y Aseguren la Calidad de la leche bovina.			El sujeto 1 al saber que la corporación gloria, es muy exigente con los procesos de calidad, toma las precauciones debidas, es decir evita producir y conservar leche contaminada como suele llamarse, esto beneficia mucho a la mype ganadera Sergio y tina.
3. ¿qué cantidad en litros de leche consideran para La micro comercialización?	Es difícil que vendan a gente de afuera, no lo vemos como un Negocio aún.			El sujeto 1, no tiene la cantidad precisa de leche que se vende al por menor, porque esta es una actividad no muy usual en la empresa, la venta al por menor se Realiza en rara veces a los trabajadores o personas que tengan vínculos familiares con el dueño de la mype ganadera Sergio y tina.
4. ¿cuál es la cantidad en litros de leche consideran para la Comercialización por mayor?	Ahora están despachando casi 7 mil litros el verano ha sido duro, Ha hecho caer la Producción. Han cerrado el año pasado con 11 mil litros diarios, y para este año tenemos proyectado 1 legar hasta 13 mil litros diarios			En este punto el sujeto 1, tiene el conocimiento a Detalle de lo que son las ventas al por mayor, es decir sabe cuántos litros van a producir y comercializar, ya que cuentan con un cuadro estadístico de proyecciones, y si bien muchas veces las cantidades no son exactas, pero guardan cierta similitud o relación a sus proyecciones de la mype ganadera Sergio y tina

<p>5. ¿qué parámetros tiene el Proceso de conservación de la Leche?</p> <p>- Nivel de refrigeración</p>	<p>Usamos tanque frio, desde que empieza el ordeño de la vaca, Toda la leche va al Tanque.</p> <p>-El nivel de refrigeración que usamos es 3.2 °, este proceso de enfriamiento demora 2 horas; gloria para poder cargar la leche exige Como Máximo 4°.</p>			<p>Si bien el sujeto 1, conoce las condiciones en las que debe comercializar la leche, por ello organiza y planifica ciertos procedimientos que deben seguir, para después de haber ordeñado a las vacas, es decir, el cuidado que deber tener con la leche fría, y como precaución, en su nivel de refrigeración tiene normas que no debe pasar el grado de Refrigeración que les permiten tener.</p>
<p>6. ¿qué certificaciones tienen?</p>	<p>Por ahora lo único que tienen es Los certificados que la Corporación gloria exige y que los proporciona senasa.</p>			<p>En cuanto a certificaciones, el sujeto 1, solo cuenta Con los certificados requeridos por la empresa gloria, y que les brinda SENASA, certificados de ISO, aun no implementan en la mype ganadera Sergio y tina</p>
<p>7. ¿el nivel de ventas a cuánto Asciede?</p> <p>- ¿Cuántos años tienen En el mercado?</p>	<p>Su nivel de ventas es de 5 millones Anuales.</p> <p>Se consideran pequeña empresa.</p>			<p>El sujeto 1, conoce el nivel de ventas de la empresa, en este caso lo que me brindo son datos generales, y además conoce la evolución que ha tenido la empresa porque ha sido participe de ello.</p>

ELABORACION PROPIA

MATRIZ 2 RESULTADOS DEL INFORMANTE

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Cuál es la forma o manera de comercializar de la empresa?	Nosotros vendemos la leche fría a la corporación gloria, es directamente con ellos, ya tenemos un acuerdo comercial con ellos, data desde el año 1999, la comercialización es directamente, nos cancelan 2 veces al mes. Los días 8 y 23 de cada mes, sin intermediario, es directo. Todos los días envían una cisterna, desde lima, la leche cumple los estándares de calidad es por ello que viene la cisterna de lima, ya no va a la planta de cerro candela; horario de llegada de la cisterna desde las 10 a 12 del día.

PREGUNTA	RESPUESTA
2. ¿el producto entregado reúne las condiciones necesarias para la satisfacción del cliente?	El cliente gloria es muy exigente, muy exigente con procesos de calidad, eso nos ha conllevado a q nosotros estandaricemos algunos procesos, y aseguremos la calidad de tal forma que el producto que se envía desde que se carga a la cisterna, llegue con altos estándares de calidad, nos miden carga micobacteriana, células somáticas, nivel de sodio, proteínas, grasas, Aerobio ,mesófilo allí tenemos estándares muy buenos que ya han sido evaluados por ellos

PREGUNTA	RESPUESTA
3. ¿qué cantidad en litros de leche consideran para la micro comercialización?	Es familias o trabajadores que se llevan 2 o 3 litros. No estamos vendiendo a la gente no lo vemos como un negocio aún.

PREGUNTA	RESPUESTA
4. ¿cuál es la cantidad en litros de leche consideran para la comercialización por mayor? - ¿cómo lo comercializan?	Ahora estamos despachando casi 7 mil litros el verano ha sido duro, ha hecho caer la producción. Hemos cerrado el año pasado con 11 mil litros diarios, y para este año tenemos proyectado llegar hasta 13 mil litros diarios, pero como aún estamos en verano, se entiende q vamos a ir subiendo en producción - Se comercializa de manera directa

PREGUNTA	RESPUESTA
<p>5. ¿qué parámetros tiene el proceso de conservación de la leche?</p> <p>- Nivel de refrigeración</p>	<p>Usamos tanque de frío, desde que empieza la ordeña de la vaca. Toda la leche va al tanque, al principio trabajamos con tanques q gloria nos proporcionaba, des pues nos compramos tanque de 5 mil litros, a finales del 2017 nos compramos un tanque de 19 mil 500 litros de almacenamiento que los tiene frío, ni bien entra a la leche empieza a enfriarse, un proceso que no debe tardar más de 2 horas, y en esas 2 horas está en 3.2 grados centígrados, entonces al mantener la leche a esa temperatura se va conservar, no va haber ácidos, cortes con la densidad. Todo está controlado</p> <p>- el nivel de refrigeración</p> <p>Hasta 3.2 grados centígrados, ese es el nivel que nosotros hemos puesto como parámetro, gloria para poder cargar te exige como máximo 4 grados, ósea si tengo 4.2 centígrados no lo carga</p>

PREGUNTA	RESPUESTA
<p>6. ¿qué certificaciones tienen?</p>	<p>Lo único que tenemos por ahora es lo que exige gloria y nos proporciona senasa, son certificaciones que nos dicen que nuestro hato esta libre glusenosis y libre de tbc, pero todavía lo que es isos, no manejamos. el ministerio de producción está tratando de imponer algunos temas con respecto a ello</p>

PREGUNTA	RESPUESTA
<p>7. ¿el nivel de ventas a cuánto asciende?</p> <p>- cuantos años tienen en el mercado</p>	<p>Ahorita estamos en 5 millones anuales</p> <p>nos consideramos pequeña empresa</p> <p>La empezó como persona natural en el año1999, y como persona jurídica desde el 2015.</p>

ELABORACION PROPIA

4.2. ANALISIS DE RESULTADOS

Respecto al objetivo general

Identificar las características de la comercialización de leche bovina: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. Centro Poblado Casa pintada, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, Departamento de lima, periodo 2018

- Los procedimientos que realizan desde la sala de ordeño, hasta la distribución de la leche fría, están estandarizados de acuerdo a las exigencias del principal cliente, en la descripción de los objetivos específicos se da respuesta a las principales características de comercialización, en la mype ganadera SERGIO Y TINA.

Respecto al objetivo específico 1

Identificar las características de almacenamiento: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. Centro Poblado Casa pintada, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, Departamento de lima, periodo 2018.

- Mantienen la leche fría entre 3.2° a 4°.
- El proceso de enfriamiento dura 2 horas
- Control y esterilización del tanque de enfriamiento.

Respecto al objetivo específico 2

Identificar las características de precio: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, Del sector producción. Centro Poblado Casa pintada, Distrito de Imperial, Provincia de Cañete, Departamento de lima, periodo 2018.

- Tienen un acuerdo comercial en cuanto a precio estable con la corporación Gloria.
- la comercialización que realizan es directa.
- El mejoramiento de la calidad de leche, establece el precio

Respecto al objetivo específico 3

Identificar las características de distribución: caso mype ganadera SERGIO Y TINA, del sector producción. Centro Poblado Casa Pintada, Distrito de Imperial. Provincia de Cañete, Departamento de Lima, periodo 2018.

- la temperatura de la conservación de la leche tiene un régimen máximo de 4°.
- la distribución inicia y termina en el establo, donde se tiene conservada la leche.

V. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general

En la mype ganadera, Sergio y tina siguen procedimientos ya estandarizados, esto les conlleva a vender leche fría de calidad, así evitan descuentos por parte de la corporación gloria, mientras pasa el tiempo, ellos siguen cifiéndose a los nuevos parámetros que existen. Aparte de darles énfasis en el cuidado del ganado y materiales de ordeño.

Respecto al objetivo específico 1

La mype ganadera Sergio y Tina, para su almacenamiento, mantienen la leche fría, dentro del rango establecido, que les exige la corporación gloria; no pueden pasar del tiempo ya establecido, así evitan que la leche se malogre o que la corporación gloria no cargue la leche. Además del buen uso y las buenas practicas que tienen para la limpieza del tanque.

Respecto al objetivo específico 2

La mype ganadera Sergio y Tina, tiene ya pactado un precio que se basa en la calidad de la leche y en la cantidad en litros diarios, el precio puede aumentar si se sigue mejorando los estándares de calidad de la leche bovina, para ello tendría que seguir estandarizando sus procedimientos y así asegurar la calidad de la leche bonina.

Respecto al objetivo específico 3

En la mype ganadera Sergio y Tina, La leche fría, es recogida en el mismo centro de producción, es decir esto es un beneficio para la empresa, porque se evitan tener gastos adicionales, en transporte y personal que se encargue de estas funciones, aparte que se evita exponer la leche y que esta sea contaminada.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alais, C (2003). Ciencia de la leche, la acidez (pág. 31) recuperado en https://books.google.com.pe/books?id=bW_ULacGBZMC&pg=PR9&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false

Castillo, E (2016) “Implementación de un sistema de costos por procesos en la crianza de ganado vacuna y su comercialización de leche para mejorar la rentabilidad de la empresa agropecuaria los luisés s.r.l. – la libertad 2015”. En su tesis de investigación Para optar el título profesional de contador público. Recuperado en http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2004/1/RE_CONT_EDUAR.CASTILLO_HERNY.TOCTO_IMPLEMENTACION.DE.UN.SISTEMA.COSTOS_DATOS_T046_70375069_T%20%20T046_45137642T.PDF

Castillo, A. (2016). Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. Apuntes iniciales, a propósito de las modificaciones introducidas por la Ley N° 30056 y la aprobación del T.U.O. de la Ley MIPYME mediante Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE. Recuperado en <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/tag/ley-30056/>

Carranza, G (2016) “Proyecto de inversión para una planta de derivados lácteos en la ciudad de Cutervo”, tesis de investigación Para optar el título profesional de administrador de empresas. Recuperado en http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/156/1/TL_CarranzaMejiaGladis_LlatasRomeroElsa.pdf

- Contreras, C (2003). Comercialización y Mercado, recuperado en <https://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
- Crosby, P (1979). La calidad como filosofía de gestión, recuperado en <https://www.pablogiugni.com.ar/philip-b-crosby/>
- Deming, E (1989). La calidad total, recuperado en <https://www.monografias.com/trabajos14/calidadtotal/calidadtotal.shtml>
- Farrall, A (1963). Ingeniera para la industria lechera, recuperado en <https://www.worldcat.org/title/ingenieria-para-la-industria-lechera/oclc/651394239>
- Farrall, A (1963). La leche y sus derivados, recuperado en <https://es.scribd.com/document/385902605/La-Leche-y-Sus-Derivados>
- Galdon, B. La pequeña y mediana empresa, motor de la economía española (2014)
Recuperado
en <https://www.20minutos.es/noticia/2144813/0/pyme/economia/espana/#xtor=AD-15&xts=467263#xtor=AD-15&xts=467263>
- Geosta y López (2003). Cambios físico químicos, sensoriales y nutricionales, debido a la evaporación de la leche fresca entera; la proteína (pág. 7), recuperado en <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3101/valdivia-calixto-jorge-andres.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Goetz, J (1988). Etnografía y diseño cualitativo, recuperado en <https://upeldem.files.wordpress.com/2018/03/libro-etnografc3ada-y-disec3b1o-cualitativo-en-investigac3b3n-educativa-i-p-goetz-y-m-d-lecompte.pdf>

Grijalva (2014) “Sistema innovador para procesos de producción y comercialización de la leche en el Ecuador”, tesis de investigación para optar el título profesional de administrador de empresas. Recuperado en <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3245/1/000110170.pdf>

Grönroos, C (1994). Calidad de servicios y sus modelos de medición, recuperado en <http://www.redalyc.org/html/818/81802505/>

Imai, M (1998). La clave del cambio, recuperado en <https://articulospm.files.wordpress.com/2012/05/kaizen-la-clave-del-cambio.pdf>

Jhonston, J (2017) “Exportación y producción de leche evaporada del Perú en el periodo 2008 – 2016”, tesis de investigación para optar el título profesional en negocios internacionales. Recuperado en http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21274/Jhonston_ZJD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mares, C .Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en Perú (2013, pág.3) Recuperado en http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Maza y Legorreta (2011) Efecto de concentración de sólidos en la temperatura de ebullición de la leche de cabra y vaca, la grasa (pág. 102), recuperado en [file:///C:/Users/Pilar/Downloads/502-1048-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Pilar/Downloads/502-1048-1-PB%20(1).pdf)

Mypes.pe, ¿Qué es la Remype?, Recuperado en <https://www.mypes.pe/que-es-el-remype>

- Minagri, Generalidades de los lácteos (2005) Recuperado en <http://derivadoslacteos.com/generalidades-de-los-lacteos/ministerio-de-agricultura>
- Minagri, (2017). Plan nacional de desarrollo ganadero. Recuperado en <http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/especiales/plan-nacional-ganadero.pdf>
- Mc Carthy, J (1983). Comercialización: un enfoque gerencial .Recuperado en https://www.researchgate.net/publication/44375110_Comercializacion_un_enfoque_gerencial_E_Jerome_McCarthy_William_D_Perreault
- Mundo, C. Gestión de calidad y formalización en las Mypes (2019) Recuperado en http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11103/GESTI%C3%92N_CALIDAD_MUNDO_CASAZOLA_CESAR_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nafin, (1998). La Formación de redes de conocimiento, recuperado en [https://books.google.com.pe/books?id=JAQPWjKGDcC&pg=PA57&lpg=PA57&dq=Nafin+\(1998\)&source=bl&ots=0RMlor5Oa5&sig=ACfU3U3Qb-OQuZlZGGFFI0Wy7-Os9JV_5Q&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiP8qmli_biAhWBmlkKHYUWB5EQ6AEwAnoECAkQAQ#v=onepage&q=Nafin%20\(1998\)&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=JAQPWjKGDcC&pg=PA57&lpg=PA57&dq=Nafin+(1998)&source=bl&ots=0RMlor5Oa5&sig=ACfU3U3Qb-OQuZlZGGFFI0Wy7-Os9JV_5Q&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiP8qmli_biAhWBmlkKHYUWB5EQ6AEwAnoECAkQAQ#v=onepage&q=Nafin%20(1998)&f=false)
- Ludueña, F y Valdivia, J (1997). Derivados de la leche, recuperado en <http://ingenieriaagroindustrial-unt.blogspot.com/2011/10/la-leche-y-sus-derivados.html>

Pineda, M (2014). Importancia de la leche y productos lácteos, recuperado en <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5948/IApipomm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rabling (2016) “Manejo productivo y eficiencia económica en establos lecheros familiares en texcoco”, tesis de investigación para optar el título profesional de Médico veterinario zootecnista. Recuperado en <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/49815/TESIS-RTC-04-16.pdf?sequence=3>

Robayo (2018) “Creación de una empresa para la producción; recolección y comercialización de leche bovina en el municipio de turmequé; departamento de boyacá”, tesis de investigación para optar el título profesional de Ingeniero industrial. Recuperado en <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16091/1/CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20PARA%20LA%20PRODUCCI%C3%93N%20RECOLECCI%C3%93N%20Y%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20LECHE%20BOVINA%20EN%20EL%20.pdf>

Romero, F (2017), “Factores asociados a la producción, transformación y comercialización de productos lácteos en las comunidades de tambo real y ancachuro del distrito de zurite, provincia anta 2010 – 2015”, tesis de investigación para optar el título profesional de economista. Recuperado en http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1458/3/Marjorie_Fiorella_Tesis_bachiller_2017.pdf

- Romero, Y (2008). Comercialización, recuperado en <https://www.monografias.com/trabajos58/definiciones-marketing/definiciones-marketing2.shtml>
- Reeves y Bednar (1994). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor, recuperado en <http://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Sabino, C (1986) el proceso de investigación, recuperado en http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf
- Stanton, W (1991). El proceso de comercialización de servicios, Recuperado en <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7402/4/368.3-O77d-CAPITULO%20II.pdf>
- Ugarte, E (2000). Comercialización: sistemas y organizaciones, recuperado en <https://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>
- Varnam (2001), efecto de concentración de sólidos en la temperatura de ebullición de la leche de cabra y vaca; valor nutritivo, recuperado en <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/agroindscience/article/view/502>
- Vélez y Barbosa (1998). Carbohidratos y vitaminas Minerales, Cenizas y Sales, enzimas (pág. 8, 9,10). Recuperado en <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3101/valdivia-calixto-jorge-andres.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO 1 GUIA DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Reciba usted mi cordial saludo:

Agradezco su participación en esta entrevista, aportando datos y respondiendo a las preguntas que le realizare, el cual me permitirá desarrollar el informe para mi tesis de titulación.

La información que usted me brindara, tiene solo fines académicos, por ellos agradezco su valiosa información.

- 1. ¿Cuál es la forma o manera de comercializar de la empresa?**
- 2. ¿El producto entregado reúne las condiciones necesarias para la satisfacción del cliente?**
- 3. ¿Qué cantidad en litros de leche consideran para la micro comercialización?**
- 4. ¿Cuál es la cantidad en litros de leche consideran para la comercialización por mayor?**
 - ¿cómo lo comercializan?
- 5. ¿Qué parámetros tiene el proceso de conservación de la leche?**
 - el nivel de refrigeración
- 6. ¿Qué certificaciones tienen?**
- 7. ¿El nivel de ventas a cuánto asciende?**
 - ¿cuántos años tienen en el mercado

ANEXO 2 CARTA DE PRESENTACION



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

Cañete, 24 de mayo del 2019

Sr:
William Ricardo Vicente Moscoso
Gerente General
EMPRESA GANADERA SERGIO Y TINA

Presente. -

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento al bachiller **SALCEDO RIPAZ MIRYANI GIOVANA** con D.N.I. 73494451 código 2511112001, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando su tesis para titulación en esta casa de estudios.

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representada que será utilizada únicamente con fines científicos y académicos de investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

"LA CALIDAD DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE BOVINA: CASO MYPE GANADERA SERGIO Y TINA, CENTRO POBLADO CASA PINTADA, DISTRITO DE IMPERIAL, PROVINCIA DE CAÑETE, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERIODO 2018"

Estimado le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,


UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE
Lic. Joel Dioses Pardo
COORDINADOR


William R. Vicente Moscoso
GERENTE GENERAL

25/5/2019
Victor Mendez P

Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente
Cañete - Perú
Tel: (01) 5813725
www.uladech.edu.pe

ANEXO 3 CARTA DE RESPUESTA Y AUTORIZACION

GANADERIA SERGIO Y TINA

DE: WILLIAM R. VICENTE MOSCOSO

RUC 10154218136

FUNDO LA VIÑITA S/N – CASA PINTADA

IMPERIAL – CAÑETE

AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD

El señor gerente de la empresa, WILLIAM RICARDO VICENTE MOSCOSO, con RUC 10154218136 hace constar que la Srta. MIRYANI GIOVANA SALCEDO RIPAZ, con DNI 73494451, estudiante de la UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE, con código de estudiante 2511112001, cuenta con la autorización correspondiente para acceder a la información de la empresa con fines académicos y científicos para desarrollar su TESIS PARA LA TITULACION.

Se expide la presente, a solicitud de la interesada, para los fines que crea conveniente.

Imperial, 25 de mayo del 2019

x 

William R. Vicente Moscoso
GERENTE GENERAL

ANEXO 4 CONSTANCIA REMYPE

15/2/2019



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

REMYPE

Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

CONSULTA DEL REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE (Desde el 20/10/2008)							
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
10154218136	VICENTE MOSCOSO WILLIAM RICARDO	12/01/2011	ACREDITADO COMO PEQUEÑA EMPRESA	20/01/2011	ACREDITADO	-----	-----

REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015 (Hasta el 19/10/2008)			
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	ESTADO	FECHA
NO SE ENCONTRARON RESULTADOS PARA ESTA BUSQUEDA			

1/1