



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACION**

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ESTRATEGIAS DE  
EXPORTACIÓN DE LAS MYPE DE SECTOR  
PRODUCCIÓN RUBRO ROPA DEPORTIVA DE JIRON  
MOQUEGUA DEL DISTRITO DE JULIACA AÑO 2019**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

**AUTOR**

**TIPO FUENTES, DAVID  
ORCID: 0000-0001-7078-5366**

**ASESOR**

**CARI CONDORI, DIVAN YURI  
ORCID: 0000-0002-0805-6629**

**JULIACA – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

TIPO FUENTES, DAVID

ORCID: 0000-0001-7078-5366

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Bachiller en  
Administración, Juliaca, Perú

### **ASESOR**

Cari Condori, Diván Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Juliaca, Perú

### **JURADOS**

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Quispe Quispe, Yan Carlo

ORCID: 0000-0002-3081-2267

## **FIRMA DEL JURADO EVALUADOR**

.....  
Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero  
PRESIDENTA

.....  
Mgr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá  
MIEMBRO

.....  
Mgr. Yan Carlo Quispe Quispe  
MIEMBRO

.....  
Mgr. Diván Yuri Cari Condori  
ASESOR

## **AGRADECIMIENTO**

Primero a Dios, por darme pensamiento, ideas, formas de trabajo para realizar investigación que me fortalece para lograr mi carrera profesional.

A la universidad por volcar sus enseñanzas y los conocimientos necesarios que un administrador requiere a fin de desenvolverme con eficiencia en el campo laboral, así mismo poder realizar la presente investigación.

## **DEDICATORIA**

Con mucho empeño y respeto, a mis padres, a mi esposa y demás familiares quienes, con su apoyo y esfuerzo total, me apoyaron a cumplir mi carrera profesional.

A mis amigos por el apoyo que me brindaron para cumplir y culminar mis estudios y sustentar la presente investigación al servicio de la sociedad de Juliaca.

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general. Determinar la gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE de sector producción rubro ropa deportiva de jirón Moquegua del distrito de Juliaca año 2019. Cuya **metodología** fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal, con una población y su muestra de 10 microempresas, como instrumento de la técnica fue la encuesta, el instrumento el cuestionario, obteniéndose los **resultados:** Que el 98% de las casas comerciales producen ropas deportivas, con material de buena calidad, cumplen con los objetivos planificados, asumen la responsabilidad de la tipología del sistema de control interno. Reciben capacitaciones con relación a la gestión de calidad para la atención al cliente. 99% aplican la gestión de calidad, cuya organización tiene bien definido su misión, visión y valores, 98% al 100% de las empresas, cumplen con la evaluación de la calidad del producto, para alcanzar sus objetivos, el beneficio se dará a corto y largo plazo. **Concluye** Con relación a la gestión de calidad y exportación de las MYPE, que confeccionan y exportan ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, alcanzan los objetivos herramientas de gestión, las tipologías, propuestos por la organización, y mencionan que una buena, muy buena y excelente calidad genera éxito en la empresa, en las estrategias de exportación contribuyen a formar una fuente de ingresos que fomenta el aumento de la economía del país de las tiendas comerciales en jirón Moquegua distrito de Juliaca año 2019.

**Palabra clave:** Gestión de calidad, exportación.

## ABSTRACT

This research had a general objective determine the management of the quality in export strategies of the MYPE production sector of jirón Moquegua of the Juliaca district year 2019. Whose **methodology** was of quantitative type, descriptive level and non-experimental cross-sectional design, with a population and its sample of 10 micro-enterprises, As an instrument of the technique was the survey, the instrument the questionnaire, **obtaining the outcome:** That 98% of the commercial houses produce sports clothes, with good quality material, comply with the planned objectives, assume responsibility for the typology of the system Internal control, the servers promote a good export and good customer service, they receive very good training in relation to quality management for customer service and users. 99% apply quality management, whose organization has a well-defined mission, vision and values. 98% to 100% of companies comply with the evaluation of product quality, to achieve their objectives, the benefit will be in the short and long term. **Concludes** In relation to the quality management and export of the MYPE, which make and they export sports clothes in the city of Juliaca, they achieve the management tools objectives, the typologies, proposed by the organization, and they mention that a good, very good and excellent quality generates success in the company, in export strategies they contribute to forming a source of income that encourages the increase in the country's economy from commercial stores in jirón Moquegua district of Juliaca year 2019.

Keyword: Quality management, export.

## CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
FIRMA DEL JURADO EVALUADOR.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO .....	viii
INDICE DE TABLAS .....	xi
INDICE DE FIGURAS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN LITERARIA .....	5
2.1. Antecedentes .....	5
2.2. Bases Teóricas .....	17
2.2.1. MYPE.....	17
2.2.2. Características del micro y pequeñas empresas: .....	17
2.2.3. Caracteres de las microempresas.....	19
2.2.4. Importancia de las micro y pequeñas empresas en el Perú.....	19

2.2.5. Crecimiento de las MYPE a nivel nacional.....	20
2.2.6. Tipos de Empresas.....	20
2.2.7. Gestión de calidad.....	22
2.2.8. Ciclo de Deming.....	23
2.2.9. Definición de exportación .....	23
2.2.10. Importancia de Exportación .....	23
2.2.11. Tipos de Exportación.....	23
2.2.12. Exportación de productos (ropa deportiva).....	24
2.2.13. Estrategias de exportación .....	24
2.2.14. Marketing .....	24
2.2.15. Otras formas marketing actualizado .....	25
2.2.16. Marketing Lateral .....	26
2.2.17. Marketing Emocional .....	26
2.2.18. Marketing Viral .....	26
2.2.19. Marketing de Guerrilla .....	27
2.2.20. Marketing Relacional .....	27
2.2.21. Marketing Uno a Uno.....	27
2.2.22. Marketing Integral .....	28
III. HIPOTESIS.....	28
IV. METODOLOGÍA .....	29
4.1. Tipo de Investigación.....	29
4.2. Población y muestra .....	29
4.2.1. Población .....	29
4.2.2. Muestra .....	29
4.3. Definición y Operacionalización de variables .....	31
4.4. Técnicas e instrumentos.....	32
4.4.1. Técnicas: .....	32
4.4.2. Instrumentos:.....	32
4.5. Plan de análisis .....	33
4.6. Matriz de consistencia .....	34
4.7. Principios éticos.....	35
V. RESULTADOS .....	37

5.1. Resultado.....	37
5.2. Análisis de los resultados .....	50
VI. CONCLUSIONES .....	54
6.1. Conclusiones .....	54
RECOMENDACIONES .....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
Anexo 1. Evidencias fotográficas de algunas tiendas deportivas .....	61
Anexo 2. Cuestionario.....	63
Anexo 3. Instrumento Validado .....	65

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>¿Considera al aplicar la gestion de calidad al llevar a una buena organizacion y control de su empresa? .....</i>	37
Tabla 2	<i>¿Tiene definido su mision, vision y valores de su empresa? .....</i>	38
Tabla 3	<i>¿Usted proporciona al personal los recursos y la libertad para que actuen con responsabilidad y autoridad? .....</i>	39
Tabla 4	<i>¿Realiza la evaluacion del impacto y del proceso de calidad? .....</i>	40
Tabla 5	<i>¿Tienen documentado, lo que va seguir para cumplir con una buena gestion de calidad?.....</i>	41
Tabla 6	<i>¿Los productos y servicios, esta principalmente enfocada a la satisfaccion de los clientes?.....</i>	42
Tabla 7	<i>¿El personal tiene su libertad, para actuar con responsabilidad y autoridad al momento de brindar atencion? .....</i>	43
Tabla 8	<i>¿El personal es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo? .....</i>	44
Tabla 9	<i>¿Realizan la evaluacion, del impacto de proceso de la calidad de productos? .....</i>	45
Tabla 10	<i>¿Las mediciones del desempeño, de las formas de gestionar una cualidad han permitido lograr y alcanzar objetivos empresariales?.....</i>	46
Tabla 11	<i>¿Usted evalua el nivel de calidad de los productos y servicios? .....</i>	47
Tabla 12	<i>¿Su empresa se basa en el precio, calidad de los productos para la contratacion de los proveedores?.....</i>	48
Tabla 13	<i>¿Tienen relaciones establecidas para lograr el mutuo beneficio de corto a largo plazo con sus proveedores? .....</i>	49

## INDICE DE FIGURAS

<i>FIRURA 1 ¿Considera que al aplicar de la gestión de la calidad lleva a una buena organización de las Mype?.....</i>	<i>37</i>
<i>FIGURA 2 ¿Tiene definido su mision, vision y valores de una empresa?.....</i>	<i>38</i>
<i>FIGURA 3 ¿Usted proporciona al personal los recursos y la libertad para que actuen con responsabilidad?.....</i>	<i>39</i>
<i>FIGURA 4 ¿Realiza la evaluacion del impacto del proceso de calidad?.....</i>	<i>40</i>
<i>FIGURA 5 ¿Tiene documento lo que va seguir para cumplircon una buena gestion de calidad?.....</i>	<i>41</i>
<i>FIGURA 6 ¿Los productos y servicios está principalmente enfocada a la satisfaccion de los clientes?.....</i>	<i>42</i>
<i>FIGURA 7 ¿El personal tiene libertad para actuar con responsabilidad y autoridad al momento de brindar atención?.....</i>	<i>43</i>
<i>FIGURA 8 ¿El personal es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo?.....</i>	<i>44</i>
<i>FIGURA 9 ¿Realizan la evaluación del impacto de proceso de la calidad de producto?.....</i>	<i>45</i>
<i>FIGURA 10 ¿Las mediciones del desempeño de las formas de gestionar una cualidad han permitido lograr alcanzar objetivos empresariales?.....</i>	<i>46</i>
<i>FIGURA 11 ¿Ud. Evalúa el nivel de calidad de los productos y servicios?.....</i>	<i>47</i>
<i>FIGURA 12 ¿Su empresa se basa en el precio y calidad de los productos para la contratación de los proveedores?.....</i>	<i>48</i>
<i>FIGURA 13 ¿Tiene relaciones establecidas para lograr el mutuo beneficio a corto plazo y largo plazo con sus proveedores?.....</i>	<i>49</i>

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación denominado, Gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE de sector producción rubro ropa deportiva de jirón Moquegua del distrito de Juliaca año 2019. En la actualidad la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas tienen mucha importancia, en vista que sus productos fabricados sean valorados, la calidad de sus productos y servicios como una oportunidad de mejorar sus procesos y satisfacer las necesidades de sus clientes, es el motivo de estudio como fabrican y exportan sus productos a la Paz Bolivia.

Esta exploración y contextualización, se centra de acuerdo a los antecedentes de investigación del tema de estudio en conocer los componentes que impactan la administración de calidad, y las necesidades que tiene las MYPE de liderazgo, participación del personal, mejoramiento continuo, es razonable destacar su trabajo pionero, para la economía, local, regional e internacional, por las MYPE en el Perú.

Para ello se ha planteado el problema: ¿Cuáles serán las principales características de la gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE del sector producción rubro ropa deportiva de jirón Moquegua distrito de Juliaca año 2019. Para responder al problema se demuestra el objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE del sector producción rubro ropa deportiva de jirón Moquegua distrito de Juliaca año 2019. Para lograr alcanzar el objetivo general me he planteado los siguientes objetivos específicos. Describir las principales características de la gestión de calidad de las MYPE del sector producción rubro venta de ropa deportiva del Jr. Moquegua distrito

de Juliaca año 2019.

Describir las principales características de estrategias de exportación de las MYPE del sector producción rubro venta de ropa deportiva del Jr. Moquegua distrito de Juliaca año 2019.

La presente investigación se justifica porque será un factor importante de ingreso monetario significativo explícitamente en las áreas que lo acompañan, por ejemplo, la división de administración, negocios, modernidad, creación, diseños nuevos, producción, por lo que se considera que las MYPE tienen un trabajo significativo, para el desarrollo de la empresa, cuya motivación principal es para mejorar la empresa, según el manual de desempeño eficaz por los servidores y es un aporte importante para el desarrollo económico y social de Juliaca, como eje comercial del sur del país.

En la justificación teórica la investigación dará a conocer sobre como en nuestra ciudad de Juliaca la incidencia del trabajo de investigación es como las MYPE de la ciudad de Juliaca confeccionan productos de primera calidad y usan estrategias de exportación de ropas deportivas hacia la Paz Bolivia, aplicando las estrategias mediante documentos legales de ventas, traslado y entrega de los productos a otro país, este avance favorece al desarrollo y mejora de las MYPE de Juliaca, incrementando las ganancias y su crecimiento empresarial.

En la justificación practica según la variable de Gestión de calidad, dentro de las limitaciones se ha encontrado el factor económico del investigador y la visita a los empresarios de las MYPE, quienes fácilmente no desean responder su realidad como

confeccionistas y exportadores, pero se ha vencido estos impases en la ejecución y aplicación de los instrumentos de la investigación.

En la justificación metodológica, en el análisis del último trimestre, muestra una disminución de la producción en comparación con el año anterior, con ello se pretende conocer el grado de identificación de la fuerza de producción con los objetivos de las MYPE, su motivación sus procesos de control, relaciones interpersonales, cooperación y toma de decisiones que caracterizan y definen el clima organizacional.

Cabe destacar la motivación en esta investigación que el trabajo es un factor vital en la sociedad, pues permite la productividad y el sustento que genera su crecimiento y su funcionamiento económico en las MYPE de sector producción rubro ropa deportiva de jirón Moquegua del distrito de Juliaca año 2019. Así mismo se considera la metodología el trabajo de investigación es. Tipo de Investigación. Cuantitativo Nivel de investigación. Descriptivo. Diseño de investigación. No experimental. Por ello se afirman las variables. Gestión de Calidad y exportación, las limitaciones correspondientes que se me causó en el presente trabajo de investigación, la fidelidad y veracidad de los datos de los encuestados, otro factor es la limitada empatía que existió al entrevistar al grupo de personas. El tamaño de la muestra, que se tomará en las personas de diferentes edades, (adultos mayores), lo que no posibilitará generalizar los resultados a obtener. Viendo las incidencias, esta investigación se propone aproximarse a las MYPE, para encuestar sobre su formación profesional de los asociados, la salud, la fidelidad de familias.

Antes de concluir hago un resumen conciso de cada uno de los capítulos que constituyen lo siguiente:

Capítulo I. Se realizó una Introducción de la presente investigación, el enunciado del problema, objetivos y la justificación de la investigación.

Capítulo II. Se presenta la revisión literaria, los antecedentes de la investigación, marco teórico y conceptual.

Capítulo III. Hipótesis el trabajo de investigación solo lleva hipótesis si lo requiera según sea el caso.

Capítulo IV. La metodología, contiene el diseño de la investigación, determinación de la población y muestra, así como la técnica e instrumento que se empleó para la recolección de datos.

Capítulo V. Resultados de la investigación se encuentra, analizan los trabajos de campo.

Capítulo VI. Se redacta las conclusiones de la investigación y se adicionan las referencias bibliográficas, anexos que sustentan los resultados de la investigación.

## **II. REVISIÓN LITERARIA**

### **2.1. Antecedentes**

Carrasco (2015) sostiene en su trabajo de investigación titulado: “Planificación estratégica de desarrollo empresarial para mejorar la productividad de las MYPE del sector lácteos en la región Puno”, UNA Puno. Considera las conclusiones que a continuación se menciona: Primero. – En Puno las MYPE del rubro producción de lácteos no tienen una debida organización, planificación, ejecución capacitación a su personal de la empresa menos una orientación adecuada sobre la producción y la venta de lácteos en la región, lo cual repercute en forma negativa al trabajo de la empresa y su mejora correspondientes. Segundo. – Las MYPE no cultivan los valores dentro de la empresa como la responsabilidad, la puntualidad, la solidaridad, el trabajo cooperativo, la ayuda mutua, todos ellos trabajan en forma personal porque no están asociados realmente como empresa, causando una competencia entre ellos y esto perjudica la mejora de la empresa o tiendas comerciales, causando el negocio de los intermediarios y esto nada favorece la mejora de la tienda de productos lácteos. Tercero. – No cuentan con una infraestructura adecuada, desconociendo también aprovechar las nuevas tecnologías para producir y vender sus productos a los clientes y ellos deben sentirse satisfechos de los productos que adquieren, sin control de calidad de sus productos.

Huacasi (2014) defiende, en su tesis denominado: “El financiamiento en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas y su efecto en la gestión de las empresas industriales de la región Puno periodo 2012-2013”, Trabajo de investigación realizado en la UNA

Puno, considera los siguientes resultados y podemos mencionar: 1.- Es con relación al financiamiento de las MYPE, donde no cuentan con apoyo de ningún sector hasta la fecha, solo quedan en promesas de los gobiernos de turno para apoyar a las pequeñas y micro empresas a nivel nacional, 2.- La capacitación o sensibilización a los empresarios para mejorar su gestión de atención y mejora de las tiendas comerciales. 3.- Las formas de acceso a formar el micro y pequeñas empresas de la región. 4.- No cuentan con capital para iniciar sus actividades comerciales para satisfacer las necesidades y expectativas de las personas naturales para formar sus empresas. (p. 99-100). Estas limitantes son bastante claras de las pequeñas o microempresas al realizar una comparación con los grandes empresarios, que tienen una mayor accesibilidad a los préstamos que ofrecen los bancos a nivel regional y nacional, todo ello nos da a entender que existe una tremenda desigualdad, para el desarrollo productivo de nuestra región Puno.

Mamani (2017) afirma como: “Autor de la TESIS denominado: El comercio informal de venta de ropas en Puno y Juliaca. El presente trabajo de investigación posee como finalidad, analizar los obstáculos de acceso al comercio. Para ello se aplicó las causas que implican en el acceso a la formalidad desde el punto de vista legal y burocrático, también de ser una actividad rentable debido a la creciente demanda de la población y el menor costo. Se ha difundido desde un aspecto del método descriptivo y explicativo utilizando el instrumento de la guía de entrevista. Al utilizar la guía de entrevista ha sido complementada con revisiones documentales en asuntos legales y normativos. El producto de la investigación muestran que la causa principal para acceder a la formalización se debe a las trabas legales (ordenanzas municipales) en un

90%; las trabas burocráticas (texto único de procedimientos administrativos), es otra de las variables que restringe la formalización en un 86%. La variable denominada falta de instrumentos de gestión (Plan de Desarrollo Urbano, plan de desarrollo concertado y plan de desarrollo económico, social y Sostenible) afecta la formalización en un 71%. Concluyéndose, que las variables investigadas perjudican el proceso de formalización del comercio informal. En principio para ser comerciante de ropa usada esta la falta de trabajo (43%), oportunidades de negocio (16%), necesidad de ingreso (11%) y horario flexible en un 12%”.

Velásquez (2016) trabajó “En su TESIS denominado, Políticas de la fabricación y venta de muebles de casa de las micro y pequeñas empresas del departamento de Puno”. Esta investigación es cuantitativa, con diseño no experimental y el objetivo general planteado es “Evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria y producción del mueble de la ciudad de Puno”. Ejecutado y apoyado por el estado peruano, ayudando a los diferentes micros y pequeñas empresas que iniciaron a formalizar como productores, fabricantes y vendedores a sus clientes como industriales de menor rango. Para la investigación se ha utilizado la técnica de la encuesta aplicado a los trabajadores y administradores de la MYPE de Puno que fabrican muebles, la muestra se ha ejecutado a cinco personas de cada empresa, encuestando más de veinte ítems que deben responder directamente hasta completar lo requerido, llegando a las conclusiones siguientes como: a) Que los empresarios adolecen de capital para iniciar sus empresas. b) Formalizar adecuadamente sus MYPE a nivel de toda la región Puno. c) Se cuenta con trabajadores medianamente capacitados y preparados para fabricar y

vender sus productos. d) La evaluación del fomento de la competencia empresarial apoya a las políticas de estado a la mejora y desarrollo de las MYPE a nivel regional y en todo el país peruano. e) El aumento en forma paulatina sobre la mejora de las empresas del rubro de muebles de hogar y la gestión de calidad. (p. 71). Estos resultados favorecen al servicio financiero como mecanismo de desarrollo relativo manteniendo un mejoramiento progresivo en la innovación tecnológica para fabricar muebles de hogar de calidad, además de ello cabe mencionar que una vez formando su asociación de fabricantes y vendedores de muebles han sido beneficiados con un financiamiento público, todo ello han favorecido mediante una buena planificación, capacitación a su personal, establecer normas de las relaciones publicar de atender al cliente en forma adecuada, con un servicio de calidad al usuario y que sientan contentos de su compra o adquisición del producto.

Tito (2015) Define en su TESIS titulado: “Poder del marketing viral para las micro y pequeñas empresas dedicadas a la fabricación de ropa deportiva en la ciudad de Puno en el periodo 2015” de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” Cuyo objetivo: Enumerar y comparar las formas del marketing viral de la producción y venta de ropa deportiva en la provincia de Puno en el año 2015. El método es deductivo, tipo investigación aplicada, nivel y el diseño no experimental: la técnica utilizada la encuesta personalizada a cada uno de los servidores, vendedores de las tiendas comerciales, el instrumento usado el cuestionario con una cantidad de preguntas abiertas, aplicado a veintiocho dueños de las empresas en Puno, finalmente se ha utilizado el programa SPSS versión 18 para sistematizar los resultados. (p. 87). Dichos resultados y sus logros: Se obtiene un 62% de los

empresarios encuestados oportunamente, aceptan que el poder del marketing viral son las redes sociales, un 66% está de acuerdo con el Facebook, el 54% afirma que las mejores estrategias de mayor exposición en ventanillas o estantes visibles de las tiendas y el 66% concuerdan con su objetivo principal en ofrecer mejorar para la empresa y desarrollo económico y social en la población local. En cuanto a sus conclusiones es el poder del marketing viral debe darse mediante las redes sociales, para fabricar y vender mejora sus productos al mercado.

Arrascue (2016) menciona esta investigación cuyo nombre es la gestión de calidad en la producción y atención a los pacientes que tienen diferentes enfermedades donde en el hospital quienes llegan para ser diagnosticados, tratados, y recuperados de las dolencias y enfermedades que tienen, cuyos familiares manifestaron, que la atención es muy buena, porque tienen profesionales idóneos, responsables, capacitados con especialización en salud, por lo que su rendimiento laboral es eficiente, y no tienen riesgos de muerte, del 200 a 500 enfermos tratados lograron recuperarse en un 100% este indicador es positivo y real, para cuyos tratamientos se han destinado ambientes con laboratorios especializados, cuyas instalaciones son modernos, amplios, de construcciones de calidad, su cuadro de asignación de su personal cumplen todos los requisitos y perfiles para cada de los cuadros de personal, analizando todas estas características la clínica es de primera calidad, y los usuarios se sienten satisfechos de la atención en la región Chiclayo, Perú . (p. 128).

López (2016) sustenta factores críticos de éxito de las tiendas de la ciudad de Trujillo en el año 2016, objetivo principal: “Identificar cuáles son los factores de éxito de las

tiendas, los clientes con edades de más de 46 el 44% compran alimentos y también el 33% compran bebidas no alcohólicas, los clientes con edades entre 18 a 25 años 47% compran bebidas alcohólicas y también el 50% compran dulces y snack, en cuanto al consumo de los productos en esas tiendas el 59 % de los clientes compran bebidas alcohólicas, en cuanto a las características del producto el 81% califican como buena, en cuanto a la percepción valorativa del cliente en relación a los precios de las tiendas el 64% lo califica como regular, son en las promociones ofrecidas por las tiendas listo el 49% lo califica como buena, en imagen externa del local 42% lo califica como regular, percepción valorativa del público en relación a los procesos de atención al cliente de las tiendas: Atención rápida 59% está de acuerdo, 72% está de acuerdo con los horarios de atención, en cuanto al personal 52% lo evalúa como regular y en cuanto a conocimiento del producto por parte del personal que atiende 64% evalúan como bueno, en conclusión La percepción valorativa de los clientes respecto al surtido de las tiendas listo es buena 64% la cual significa que el público que asiste a estas tiendas considera que estos establecimiento cuentan con gran variedad en cuanto a productos”. (p. 93-94).

Quilcate (2016) afirma, en su estudio de investigación “Influencia de las *Fuentes* de financiamiento en las MYPE del distrito de San José de Lambayeque. Perú” llega a las resoluciones que lo acompañan: los manantiales de financiamiento han impactado decididamente el avance de las MYPE de la localidad indicada, debido a la forma en estos datos reales con ello se logró obtener préstamos y generar sus intereses en lo económico y generar recursos buenos e innovación, lo que los lleva a mejorar tanto su creación como su salario, ya que actualmente tienen un stock superior para ofrecer a sus clientes.

Rodríguez (2017) conceptualiza: “La división de agro envió en Perú tiene un potencial increíble, por lo que últimamente ha comprobado el desarrollo, de manera similar, la parte de agro comercio en el área de Piura ha sido uno de los motores fundamentales que ha tenido este segmento El rápido desarrollo de su creación de uva de mesa ha superado los registros de creación de la localidad de Ica, que hasta ese momento era el mayor productor de uvas de mesa en Perú. El mango y los plátanos naturales también han mejorado sus tarifas, en relación con 2015, hasta el punto de que Perú ha consignado a Brasil al cuarto lugar como exportador mundial de mango. Este desarrollo ha sido significativo, sin embargo, es importante cubrir algunas carencias que el área de comercio agrícola del distrito de Piura necesita para continuar con su desarrollo confuso, por ejemplo, el incremento en la utilización de la innovación y la investigación, la mejora del puerto marco, al igual que la extensión de la terminal aérea, la relación de los fabricantes y el interés en los cimientos impulsados por la presión, para los cultivos, pero además del mejor avance posible de toda la cadena de tarifas a nivel local y regional”

Santander (2016) menciona: “Estrategias para inducir la formalidad de la Mype de la industria gráfica-offset por medio de la gestión competitiva y crecimiento empresarial, objetivo principal: determinar si la competitividad puede ser usada como una estrategia de acceso a la formalidad, cuyo resultado en el Perú más del 98% de las empresas son micro o pequeñas empresas, predominando las microempresas, para el 2010 la MYPE empleaba a 1197,963 trabajadores. Se mantiene una relación entre el crecimiento de la MYPE y el desarrollo económico del país, a pesar de ello aún no se le ha otorgado

el reconocimiento necesario a la capacidad productiva de la MYPE; La SUNAT, el OSCE, entre otros; dictan y promueven políticas públicas orientadas a la mejora de la competitividad y promoción de acceso a la formalidad para la MYPE, que van desde la implementación de un régimen especial tributario laboral, asesorías, planes de negocio, programas de gestión, capacitaciones, premios, bonificación y preferencia al contratar con el Estado y diferentes estrategias” (p.75). Conclusión estas diferentes herramientas no vienen siendo aprovechadas por los empresarios debido a baja difusión y a que están dispersas en distintas páginas web que no son comúnmente revisadas por los empresarios, por lo generalmente hoy en día se están dedicando hacer sus propagandas mediante las redes sociales como son: la radio, la televisión, las páginas web, los WhatsApp, los afiches virtuales, los spots y una variedad integrados en la TIC.

Borja (2014) sostiene: “El trabajo actual decide las circunstancias actuales de las organizaciones de comercialización de artículos de utilización masiva en la ciudad de Quito, Ecuador, tomando Almacenes La Rebaja como un análisis contextual. El examen se centra en los procedimientos internos de la organización y, a través de estos, para lograr una administración de calidad, lealtad del consumidor y el tratamiento de quejas y propuestas. La investigación realizada se caracteriza por un tipo ilustrativo y lógico y depende de técnicas de examen y amalgamación, alistamiento y conclusión. Por excelencia de lo mencionado anteriormente, los encuentros y la percepción directa se aplicaron como los principales sistemas perspicaces que sirvieron para decidir la determinación situacional y, en consecuencia, para el avance de la última propuesta del trabajo. A través del examen, se resuelve que las circunstancias de la organización,

con respecto a la naturaleza de la administración, son pobres, lo que ha provocado una disminución en los tratos en contraste con períodos anteriores. Las explicaciones principales detrás de los problemas identificados con la naturaleza de la administración son la preparación disminuida de los trabajadores en las relaciones humanas y el apoyo al cliente, la ausencia de inspiración de la capacidad humana de la organización y la falta de compromiso de la administración para poner recursos en el adelanto de arreglos razonables. A los problemas actuales”.

Fernández (2016) enfatiza: “En el presente trabajo se desarrolla la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad que cumpla los requisitos establecidos en la Norma ISO 9001: México (2008) a través del diseño y organización de los fundamentos de la gestión de proyectos PMBOK para una empresa de construcción de materiales prefabricados para diversos emplazamientos. Con este trabajo, buscamos darle a la organización una imagen superior, en lucro, rentabilidad e intensidad en el mercado donde se crea, siendo esto de importancia indispensable en la parte minera, donde los modelos de calidad y la junta de riesgo son las columnas principales. Para conseguir emprendimientos de gran alcance. Además, y como objetivo principal del Sistema de Gestión de Calidad, es lograr el cumplimiento de nuestros clientes a través de la coherencia con los puntos de referencia y los requisitos previos establecidos por las condiciones de la empresa. El cumplimiento se logra al cumplir los objetivos tanto de los clientes internos (toda la fuerza laboral comprometida con la asociación) como de los clientes externos (proveedores y compradores) con una expansión de hasta el 35%. Esto sugerirá una situación superior de la organización en el mercado nacional. y mayor beneficio, creando empresas de hasta varias veces más contrastadas con el año

primario de los años financieros, ampliando su límite de creación en un 60% y el personal administrativo y de trabajo en un 75%. Durante el avance de la postulación, se presentará cómo el control PMBOK complementa el estándar ISO 9001: 2008 para planificar y clasificar, verificar las formas de trabajo, su la organización para las evaluaciones con examen, para lograr que estén conectados, esquemas de flujo, diagramas de asociación, perfiles, programas. Hizo, registros y técnicas compuestas requeridas para lograr, como resultado concluyente, la estructura total del Sistema de Gestión de Calidad de la organización. Por último, se muestra que el uso de un Sistema de Gestión de Calidad dependiente de la Norma ISO 9001: 2008, a través de la ayuda de PMBOK direct, brinda ventajas significativas a la asociación, que lo legitima en la última parte de esta propuesta”.

Moro (2016) sostiene: “El Plan en de exportación en España es fundamental, porque debe estar bien estructurado y diseñado, donde estipula toda la normatividad para vender sus productos al exterior, buscando buenos mercados internacionales donde los usuarios, buscan productos de primera calidad, por eso los países como China, Japón, Estados Unidos, Rusia, Canadá, Alemania, venden productos como: televisores, artefactos eléctricos, celulares, computadoras, Tablet, automóviles, tractores, buses, ropas de vestir de primera calidad, confeccionados para las diferentes épocas del año que son verano, invierno, otoño y primavera, estos países han desarrollado tremendamente con la fábrica y producción de buenos productos para ello han empleado su creatividad, la genialidad de un pensamiento real, imaginación propia para lograr sus propósitos de las empresas donde generan productos manufacturados” (p.77). Analizando un poco el avance de la ciencia moderna y la tecnología actual se

puede opinar claramente que para iniciar a formar una pequeña empresa en la producción y venta de diferentes productos podemos mencionar los mercados de Gamarra ubicados en la ciudad de Lima, donde se ha convertido un gran centro de fábrica de diferentes productos especialmente en ropas de vestir como: ternos, camisas, pantalones para damas y varones, polos para ambos sexos, chompas de material sintético, blusas de diferentes tamaños y tallas, faldas, camperas, casacas de diferentes modelos y con un variado colorido, ropas interiores para hombres y mujeres, y otras prendas de vestir que es novedad en Lima y su distribución es para todo el país. La innovación en la fábrica y diseño de los productos de ropas, se inicia primero con la capacitación, fortalecimiento de conocimientos actualizados con relación a la producción de ropas, luego conocer la normatividad del desempeño profesional del servidor o empleado, seguidamente se aplica el seguimiento y acompañamiento en la producción de calidad de los productos mencionados, también se considera el material de primera calidad, la medición de productos de calidad, el tipo de atención por parte de los vendedores a los clientes, el marketing de sus productos en el mercado, las propagandas para vender, verificar los precios de las ropas de vestir que estén al alcance de los compradores, buscar ambientes adecuados para exponer su ropas en sus tiendas comerciales debidamente ambientadas para que el usuario este satisfecho.

Rodríguez (2010) defiende: “Como autora de la Tesis: Diseño de estrategias de marketing viral a partir de una herramienta de gestión CRM para centros comerciales: caso centro comercial cable plaza en la ciudad de Manizales. Universidad Nacional de Colombia. Objetivo General: ¿Cómo diseñar estrategias de marketing viral, dentro de un marketing de permiso a partir de la implementación de una herramienta de gestión CRM para centros comerciales, caso Centro Comercial Cable Plaza, en la ciudad de

Manizales? Conclusiones: De acuerdo con la información suministrada por la base de datos CRM, se analizaron los clientes más frecuentes del centro comercial y se clasificaron en tres grupos, de acuerdo a las edades; los clientes potenciales a trabajar; fueron seleccionados por su frecuencia de compra, valor de compra, tenencia de tarjeta de puntos y redención de puntos y que el marketing viral, que 10 se plantea en el siguiente trabajo, pretende fidelizar los clientes potenciales del centro comercial y convertirlos en evangelizadores, dándoles un trato especial, para que por medio de su red de contactos, comuniquen aspectos positivos y mensajes determinados por el centro comercial, y se pueda aumentar de esta manera el tráfico y por ende los clientes del centro comercial; y cada vez tener una base más amplia de evangelizadores”.

Sivera (2014) sostiene: “Como autora de su Tesis: Marketing viral: claves creativas de la viralidad publicitaria. Universidad Ramón Llull de Barcelona, España. Plantea como objetivo: Fomentar el marketing mediante las redes sociales, como publicidad viral, importante para fabricar y vender sus productos de cualquier rubro, canalizando creativities mediante la publicidad como éxito de venta y la atención adecuada de sus productos de calidad al gusto del cliente, comprando los productos que ofrecen a bajo costo y de buena calidad, creando videos adecuados y atractivos al público, procurando un contagio de gustar los productos de primera calidad al usuario y se sientan satisfechos de comprar y usar de acuerdo a su exigencia del mercado y la competencia mundial de los empresarios” (p.177).

## **2.2.Bases Teóricas**

### **2.2.1. MYPE**

La pequeña escala y la pequeña organización es la unidad financiera compuesta por una persona o legítimo bajo cualquier forma de tiendas para vender, los ejecutivos meditados en la promulgación actual, donde indica las formas y maneras de marketear su extracción, cambio, creación, publicidad de productos o arreglo de administraciones. En el momento en que se hace referencia a la abreviatura Mype en este momento, alude a la escala miniaturizada y las pequeñas organizaciones, que a pesar de tener sus propios tamaños y cualidades, tienen un tratamiento similar en este momento, el caso especial del sistema de trabajo que es material. Para microempresas diferentes contemplaciones para reconocer a las Mype.

El sistema administrativo actual ha percibido que, por segmento, pueden utilizar criterios adicionales para reconocer las MYPE, por ejemplo, su estimación salarial o de negocios, estimación de recursos fijos, volumen de creación, límite introducido, entre otros. En consecuencia, existe un orden sectorial de esfuerzos de pequeña y menor escala según lo indicado por el área monetaria para la planificación de los conocimientos sectoriales.

### **2.2.2. Características del micro y pequeñas empresas:**

Para comentar debemos puntualizar a Fernando Villarán, quien menciona que existen varios elementos claves de importancia de las micro y pequeñas empresas, que

sirvieron y llevado para llegar a un éxito en los negocios de diferentes rubros, dentro de ello podemos mencionar: La primera es la necesidad de los clientes, para adquirir los productos de primera calidad, un mercado visible, atrayente, costos de bajo precio y cómodos. La segunda es la atención al cliente en forma satisfactoria y convincente, hasta a veces aprovechar las ofertas que las tiendas ofrecen a los usuarios, exhibiendo sus productos como muestra de calidad y excelencia. La tercera ve la creatividad y los nuevos diseños de sus productos fabricados y la venta mediante la gestión de calidad de servicios de los empresarios. La cuarta la modalidad de venta mediante la propaganda y el marketing publicitario mediante las redes sociales.

Las características más comunes de las MYPE mencionamos de acuerdo a nuestra realidad social y circundante:

- Los propietarios administran la empresa acompañados por sus servidores a tiempo completo o parcial.
- La atención solo es en la localidad.
- Los servidores no tienen especialización en mercadotecnia.
- Los empleados son pocos y sus remuneraciones en las tiendas son paupérrimas que no alcanzan la canasta familiar.
- El trabajo es intenso y no están equipadas con máquinas sofisticadas del momento para producir mejor.
- Los recursos económicos son pocos.
- No tienen fácil acceso a la modernidad y la tecnología.
- Los recursos económicos son escasos no cuentan con mucho capital.
- Tienen poco acceso a los préstamos financieros.
- No mejoran sus ingresos económicos.

- No cuentan con local propio para sus tiendas comerciales.
- Cuenta con pocos clientes.
- No utilizan la publicidad virtual.
- La Ley 30056, de fecha del 2 de julio de 2013, donde estipula en su Artículo 5°, no determina la cantidad de servidores en la empresa, tampoco se considera la categorización de los productores o fabricantes, no especifica los rubros correspondientes de las MYPE a nivel regional y/o nacional, pero si deben integrarse a las contribuciones de la SUNAT.

### 2.2.3. Caracteres de las microempresas

<b>Microempresa</b>	
<b>Cantidad de servidores</b>	Cuentan con 1 y un máximo de 100 empleados.
<b>Productos vendidos en el año</b>	Alcanzar a vender un máximo de 100 millares de productos.

*Fuente:* Trabajos de investigación sobre las MYPE.

### 2.2.4. Importancia de las micro y pequeñas empresas en el Perú

Sánchez (2015) menciona: “El micro y pequeñas empresas en Perú son componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional las MYPE brindan empleo a 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del PBI. Es indudable que la MYPE abarcan varios aspectos de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de

empleo, que si bien es cierto no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país” (p.128).

### **2.2.5. Crecimiento de las MYPE a nivel nacional**

Cuando las MYPE se están desarrollando adecuadamente, es porque existe un buen clima institucional para producir buenos productos usando materiales de primera calidad y vendiendo sus productos donde los clientes se sienten satisfechos de adquirir los productos.

Compañía de producción (2015) menciona: “La tasa de emprendedores es alta en el Perú, cada año se apertura una buena cantidad de nuevos negocios, microempresas, o pequeñas empresas esto debido a la necesidad generada por el desempleo, poca oferta laboral de las empresas consolidadas, sin embargo aún estamos lejos de ser un País que promueva condiciones de competencia, los emprendedores en su mayoría comerciantes enfrentan problemas tales como la incapacidad de gestión, desconocimiento del negocio y mercado, los ingresos no son acorde con las expectativas y desarrollo empresarial basado todo en el empirismo, desconocimiento de modernas estrategias administrativas para ganar mayor participación en el mercado y permanecer a fin lograr objetivos de éxito” (p.21).

### **2.2.6. Tipos de Empresas**

Toledo (2016) por su parte “En su tesis distingue tres tipos de microempresa que se distinguen básicamente, por el tipo de población involucrada, sus activos y su

capacidad de generación de ingreso: de subsistencia, de acumulación simple, y de acumulación ampliada o micro tope, teniendo en cuenta la exportación micro y macro” (p.78).

#### **a) Microempresa de subsistencia**

Toledo (2016) en efecto que “Se considera microempresa de subsistencia a las que en su ejercicio subsisten con baja productividad, cubriendo únicamente el consumo inmediato. La microempresa de subsistencia es la más difundida en Latinoamérica y reúne la mayor cantidad de problemas sociales, en el caso del Perú: el subempleo y la evasión tributaria” (p. 28).

#### **b) Microempresa de acumulación simple**

Toledo (2016) sostiene que: “Se clasifican como microempresas de acumulación a las que generan ingresos económicos que sean favorables para la empresa, con dedicación exclusiva para producir y vender sus productos de calidad y que cubren los costos sin otorgar al empresario una rentabilidad suficiente para realizar nuevas inversiones, usualmente una microempresa que inicia sus actividades se ubica dentro de este grupo” (p. 29).

#### **c) Microempresa de acumulación ampliada**

Salvador (2015) en su Tesis afirma: “Son microempresas de acumulación ampliada las que poseen una productividad elevada que les permite realizar nuevas inversiones para

mejorar la empresa y generar buenos ingresos económicos. Se caracterizan por invertir en innovación tecnológica y trabajadores especializados incrementando así su eficiencia” (p.60).

### **2.2.7. Gestión de calidad**

Deming, (1989) lo que quiere decir “Una de las definiciones más modernas sobre la calidad quien dice que la calidad es: un producto de calidad es aquel que minimiza la pérdida para la empresa y la sociedad- Otro de los grandes autores de la calidad es Armand V Feigenbaum quien define este término como la calidad en su esencia es un modo de dirigir la organización menciona (Sánchez, 2016), haciendo referencia en su libro control total de la calidad la frase calidad no tiene el significado normal de lo “mejor en sentido absoluto, por ello calidad significa como un todo, excelente, acabado, terminado”

Mayo (2019) menciona que: “El mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren y para ello también está el marketing para ofrecer sus productos de buena calidad” (p. 68).

Gestión de la calidad es dar a conocer a los empresarios ideas modernas, sobre cómo tratar a los colaboradores aplicando herramientas gestión de calidad y hacer conocer a todos los involucrados de las empresas que producen diariamente sus productos para vender y que los compradores o clientes deben estar satisfechos de adquirir primera calidad.

### **2.2.8. Ciclo de Deming**

Deming, (1989) Resultados de la implementación permiten a las empresas una mejora integral de la competitividad, de los productos, y servicios mejorando continuamente la calidad, reduciendo los costos, optimizando la productividad, reduciendo los precios incrementando la participación de los mercados y aumentando la rentabilidad de la empresa u organización.

### **2.2.9. Definición de exportación**

Vela (2016) El envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales, estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países.

### **2.2.10. Importancia de Exportación**

Vela (2016) Hoy en día las exportaciones representan una actividad importante para los países y su economía, el enviar productos fuera de las fronteras a otra parte del mundo es parte vital del comercio actual. Contribuyen a formar una fuente de ingresos que fomenta el aumento de la economía del país.

### **2.2.11. Tipos de Exportación**

Vela (2016) La exportación puede ser temporal, definitiva, directa, indirecta o

concentrada.

### **2.2.12. Exportación de productos (ropa deportiva)**

Jiménez (2016) sustenta: “Exportación es una decisión de corto y largo plazo tomada por una empresa que quiere establecerse en otro país extranjero. La estrategia de internacionalización consta de una gamma de varias opciones que permiten a una organización actuar fuera de su país de origen, relacionándose para vender productos de calidad a las tiendas comerciales o pequeñas empresas con quienes se entablan las relaciones comerciales internacionales”

### **2.2.13. Estrategias de exportación**

Construir una buena estrategia de exportación requiere varios elementos, incluyendo dinero, tiempo, talento, energía, enfoque y compromiso. Un exportador exitoso tendrá la determinación de descubrir los factores relevantes que se utilizan en las estrategias de exportación específicas para cada mercado objetivo, los factores más relevantes. El producto o servicio, relación con los clientes, la competencia en el mercado, aduanas y legislación, conociendo definir un precio más competitivo para sus clientes en el mercado objetivo.

### **2.2.14. Marketing**

El marketing es una disciplina académica muy importante donde los profesionales usan diferentes formas de captar, atender al usuario que es el cliente para ofrecer sus productos, vender, sacar ventajas económicas, ampliar sus mercados de negocios y

finalmente llegar a las metas deseadas como es aumentar los ingresos económicos en favor de la empresa.

Kotler (2014) en efecto “Marketing es un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos, fabricados y adquirido con valor para los otros” (p.11).

Lamb (2015) sostiene que: “Marketing es: “Idea de la razón de ser social y económico de una empresa es la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente, al mismo tiempo producir y vender sus productos, bajo un control de calidad y que se cumplen los objetivos de la organización generando grandes ingresos económicos y mejora de la empresa” (p.97).

Stanton (2007) afirma que: “El concepto de marketing es una filosofía sencilla e intuitivamente atractiva que articula una orientación de mercado y la producción. Afirma que, en los aspectos sociales y económicos, la razón fundamental de la existencia de una organización consiste en satisfacer los deseos y necesidades del cliente a la par que se alcanzan los objetivos de esa empresa” (p.8).

#### **2.2.15. Otras formas marketing actualizado**

En la Actualidad se presentan nuevos enfoques y barreras que enfrentan las empresas de hoy en día por ello nuevas estrategias han surgido para enfrentarlos en el camino a dar mayor valor agregado a nuestros productos o servicios estos son:

### **2.2.16. Marketing Lateral**

Son formas de desarrollo de la mercadotecnia donde se ingrese con nuevas y modernas estilos de trabajar deben ser más creativos, manejando habilidades laborales para vender en los mercados para producir o multiplicar su capital en forma rápida.

Philip Kotler y Fernando Trias (1998) definen: "Calidad de servicio es un proceso de trabajo que crea productos y servicios nuevos e innovadores que satisfacen necesidades, usos, situaciones u objetivos que en la actualidad no están cubiertos".

### **2.2.17. Marketing Emocional**

Está enfocado en la alegría, contento de los compradores o sea a los consumidores a las personas como se sienten al ver una mercadería de interés bien hecha y menos costo para su adquisición, todo esto está sujeto a las propagandas o spots que hacen las tiendas comerciales para vender más y más, esto quiere decir que la parte emocional de las personas es fuerte me gusta esa mercadería y lo piden ósea lo compran alegremente que es saludable en lo emocional para mantener un clima saludable permanente.

### **2.2.18. Marketing Viral**

Se considera que es una buena estrategia de promover mayores ventas con spots netamente comerciales, con la finalidad exclusiva de los compradores solos puedan

hacer propaganda sobre los productos de buena calidad y regresen de inmediato para adquirirlas hoy en día los spots se han convertido en una gran ayuda para hacer propaganda y vender toda clases de productos.

#### **2.2.19. Marketing de Guerrilla**

Es una estrategia de guerra avisada y diseñada para ganar al enemigo mediante luchas o enfrentamientos posibles de hacer mayor propaganda para vender mejor en su tienda comercial y que sus productos bandera salgan a la venta de inmediato.

#### **2.2.20. Marketing Relacional**

Busca emprender las relaciones con sus clientes. Esta forma de Marketing mezcla aspectos de las relaciones públicas y del Marketing y se caracteriza por ser individual, colectiva, pensando en el cliente es único y se debe mantener buenas relaciones el respeto mutuo.

#### **2.2.21. Marketing Uno a Uno**

Se encarga de buscar el acercamiento de las personas, que son los clientes con la finalidad se sientan satisfechos como compradores, de los productos que desean llevar al hogar, con una alegría que perdure y sea un cliente favorito de la empresa.

### **2.2.22. Marketing Integral**

Este marketing se encarga de iniciar con el pensamiento de crear, implementar formas más pertinentes para producir más y buscar una infinidad de clientes que sean favoritos de la empresa, para importar y exportar, llegando a usar las nuevas tecnologías, para producir, buenos productos y variados que esté al agrado de los compradores.

Buena calidad.

Excelente atención.

Precios adecuados.

Buena propaganda

Buenas tiendas.

Buenas ganancias.

Mejora de la empresa.

### **III. HIPOTESIS**

La investigación realizada no lleva hipótesis por ser una investigación de tipo y diseño de investigación descriptiva ya que la investigación será netamente descriptiva y no se utilizará ninguna manipulación de variables y no habrá causa ni efecto, la descripción que se realizará en mismo lugar de los hechos.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Tipo de Investigación**

Según Hernández R (2014) habla sobre el tipo diseño de investigación cuantitativo, de Nivel de investigación Descriptivo y diseño de investigación no experimental de corte transversal, bajo la siguiente formula:

M= Muestra conformado por las MYPE encuestadas

O= Observación de las variables Gestión de Calidad

### **4.2. Población y muestra**

#### **4.2.1. Población**

Hernández R (2014) la población es un conjunto de universo de toda una cantidad es decir que demuestra un total de un conjunto. De lo contrario llamado universo, es el conjunto o la totalidad de los componentes a ser contemplados y los componentes de una población conforman cada una de las personas relacionadas, menciona La población estuvo compuesta por 10 MYPES, cosa de arreglo de ropa deportiva del área de Jirón Moquegua del distrito de Juliaca año 2019.

#### **4.2.2. Muestra**

Según Lugo (2018) habla sobre el ejemplo, es un agente que forma parte de una población en la que sus componentes comparten cualidades normales o comparables y se utiliza para examinar la población de una manera progresivamente plausible, ya

que es muy posible verificarla de manera efectiva. Se utilizó el muestreo no probabilístico dado que la muestra es de 10 MYPES del Jr. Moquegua del distrito de Juliaca dedicadas al rubro de tiendas de ropas deportivas fabricantes y vendedores al extranjero.

#### **Criterios de inclusión**

- Si considera los que tienen financiamiento homogéneo
- Los que poseen similitud en el sistema de atención
- Los que son miembros de una asociación
- Estar dispuesto a participar en la encuesta

#### **Criterios de exclusión**

- No participan menores de edad
- No se considera a los establecimientos que brinda el rubro, pero trabaja forma informal.
- No poseen personería jurídica
- No manejan sistemas de administración
- No trabajan en temas de exportación.

### 4.3. Definición y Operacionalización de variables

Variables	Definición de Variables	Dimensiones	Ítem	Escala de medición	
<b>Gestión de Calidad</b>	Sostiene que una de las definiciones más modernas sobre la calidad quien dice que la calidad es: un producto de calidad es aquel que minimiza la pérdida para la empresa y la sociedad considerando la planificación y control de la calidad de la producción Deming, (1989)	Planificación	Considera que al aplicar la gestión de calidad lleva a una buena organización y control de su empresa de las Mype.	Nominal	
			Tiene definido su misión, visión y valores de su empresa de las Mype.		
		Producción	Usted provee al personal los recursos y la libertad para que actúen con responsabilidad y autoridad de las Mype.		
			Realiza la evaluación del impacto del proceso de calidad de las Mype.		
			Tiene documentado lo que va seguir para cumplir con una buena gestión de calidad de las Mype.		
			Los productos y servicios están principalmente enfocada a la satisfacción de los clientes de las Mype.		
		Control de calidad	El personal tiene la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad al momento de brindar atención de las Mype.		
			El personal es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo.		
			Realizan la evaluación del impacto de proceso de la calidad.		
			Calidad de servicio		Las mediciones del desempeño de las formas de gestionar una cualidad han permitido lograr alcanzar objetivos empresariales.
					Usted evalúa el nivel de calidad de los productos y servicios.
					Su empresa se basa en el precio y calidad de los productos.
			Tiene relaciones establecidas para lograr el mutuo beneficio a corto plazo y largo plazo.		

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

##### **4.4.1. Técnicas:**

**La encuesta.** Fue el estudio que se realizó en las MYPE. Las encuestas y los estudios son sistemas en los que se propone un resumen de las consultas cerradas para obtener información exacta y, por lo general, se utilizan en la investigación cuantitativa y cualitativa y sin embargo, las consultas abiertas también se pueden incorporar para permitir un examen subjetivo (costoso, 2018).

##### **4.4.2. Instrumentos:**

**El Cuestionario.** Para esta exploración, la reunión de consulta cerrada se utilizó como instrumento, a la luz de los objetivos particulares establecidos y la definición operativa variable. Los instrumentos son los métodos materiales utilizados para recopilar y almacenar datos. Tarjetas modelo, diseños de encuestas, charlas con guías, tamaños de perspectivas o sentimientos (Marian de Aguilar, 2016).

##### **a) Validación del Instrumento:**

Hernández, Fernández y Baptista (2016) sostienen que: “la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir” (p.243).

Instrumento encuesta elaboración propia del autor y validado por la autora: Edith Inga

Aquino TESIS Repositorio de la ULADECH (2015) Facultad de Ciencia Contables, Financieras y Administrativas.

El instrumento en esta investigación es aplicable y operativo para aplicar directamente a las MYPE de la ciudad de Juliaca quienes se dedican a la fabricación y exportación de ropas deportivas hacia el extranjero.

*Fuente:*

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14820/MARKETING\\_MYPE\\_MADRID\\_OVIEDO\\_VANESSA\\_CAROLINA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14820/MARKETING_MYPE_MADRID_OVIEDO_VANESSA_CAROLINA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el análisis de los datos se utilizó medios electrónicos clasificados sistematizados de acuerdo al programa Microsoft Excel 2010. Los resultados obtenidos se trabajaron en una base de datos proporcionada por la asesora para trabajar los puntajes de los docentes para determinar si eran estadísticos o dinámicos y para comprobar que estrategias didácticas eran las más elegidas como primera prioridad. Este examen se basará esencialmente en la variedad de información obtenida a través de la reunión que se propuso para obtener información precisa de Micro y pequeñas organizaciones de exportadores de ropa deportiva. Cuando se haya obtenido la información para la preparación y, además, el examen del examen, se completará una auditoría de todo lo que la fundación contempla en los datos recopilados por métodos para el bosquejo de tablas y diagramas, de los cuales tendrán sus tasas individuales.

#### 4.6. Matriz de consistencia

**Título:** Gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE de sector producción rubro ropa deportiva de Jirón Moquegua del distrito de Juliaca año 2019.

Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología de investigación	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles serán las principales características de la gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE del sector producción rubro venta de ropa deportiva del Jirón Moquegua del distrito de Juliaca año 2019?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE del sector producción rubro venta de ropa deportiva del distrito de Juliaca año 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Describir las principales características de la gestión de la calidad de las MYPE del sector producción rubro venta de ropa deportiva del distrito de Juliaca año 2019. Describir las principales características de estrategias de exportación de las MYPE del sector producción rubro venta de ropa deportiva del jr. Moquegua distrito de Juliaca año 2019.</p>	<p><b>Gestión de calidad.</b></p> <p><b>Exportación.</b></p>	<p><b>Población:</b> 10 propietarios de las MYPE ubicados en distrito de Juliaca.</p> <p><b>Muestra:</b> 10 MYPES ubicados en jirón Moquegua del distrito de Juliaca.</p>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental</p>	<p><b>Técnica encuesta</b></p> <p><b>Instrumento cuestionario</b></p>

#### **4.7. Principios éticos**

En el presente proyecto de trabajo está fundamentada en los siguientes principios éticos según ULADECH (Chimbote, 2019, págs. 2,3,4).

##### **Protección a las personas:**

La protección debe aplicarse a todas las personas que están en un proceso de ejecutar una investigación con la finalidad de evitar riesgos que puede suscitar dentro del proceso de recoger los datos especialmente.

##### **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:**

Nuestro medio ambiente y la biodiversidad, iniciando por las personas que habitamos, la flora, la fauna y la naturaleza están involucrados con el investigador en forma directa, para ello debe iniciarse con una cultura y educación ambiental, respetando, previniendo y el cuidado de medio ambiental, tomando criterios adecuados de la contaminación, teniendo y practicando una cultura ambientalista.

##### **Libre participante y derecho a estar informado:**

Todo investigador participa en forma práctica, libre y creativa cuando ejecuta una investigación, para buscar información adecuada de acuerdo al tema de estudio, viendo sus propósitos e indagaciones correspondientes con libertad de expresión ante el universo y muestra donde va intervenir oportunamente.

##### **Beneficencia no maleficencia:**

Los investigadores deben tener muy en cuenta los beneficios, logros, resultados óptimos

que se van a lograr en el transcurso del desarrollo de la investigación, practicando una conducta y ética de indagador de problemas para tomar decisiones de acuerdo al manual de investigación, evitando la adversidad, negativismo y menos agrandar la investigación.

**Justicia:**

El investigador debe mantener una ética justa, responsable, colaborador, inquieto en sus indagaciones, practicando un liderazgo positivo de ejecutor, tomando varias precauciones con la finalidad de lograr planificar, ejecutar, evaluar, hacer un seguimiento permanente de los instrumentos aplicados a los empresarios, vendedores, comerciantes, clientes etc., dentro de una empresa, manteniendo un trato digno de toda persona, hasta la conclusión y obtención de los logros, dificultades para plantear alternativas de solución frente a un problema detectado.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultado

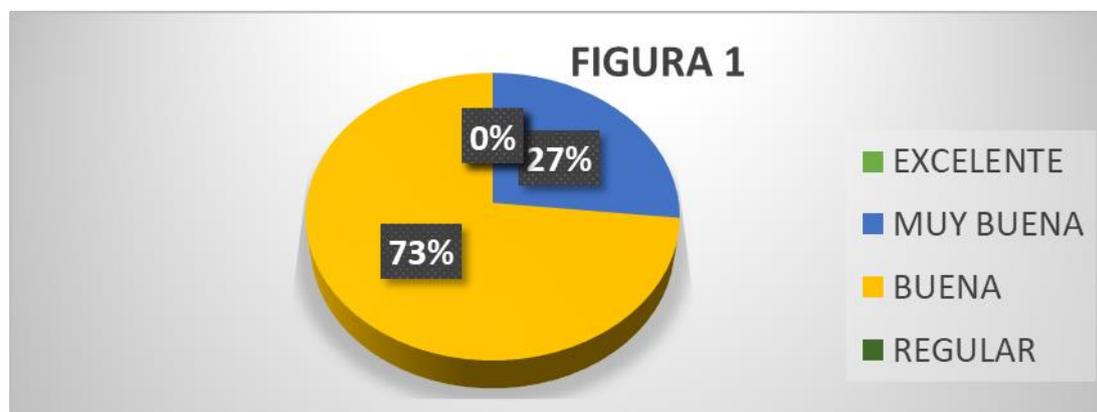
**TABLA 1**

*¿Considera que al aplicar la gestión de calidad lleva a una buena organización y control de su empresa de las Mype?*

Datos representantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje
<i>Excelente</i>	0	0.00%
<i>Muy buena</i>	3	27.00%
<i>Buena</i>	7	73.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Cuestionario aplicados a los vendedores de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**Figura 1** ¿Considera que al aplicar de la gestión de la calidad lleva a una buena organización de las Mype?



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 73 % de los encuestados respondieron que definen que al aplicar la gestión de calidad son buenos y el 27 % indican que es muy bueno. Estos resultados muestran claramente que definen unos consideran concretos de la organización de la empresa. Cuyos resultados son indicadores definen y ven la importancia de la gestión de calidad planteados por la empresa.

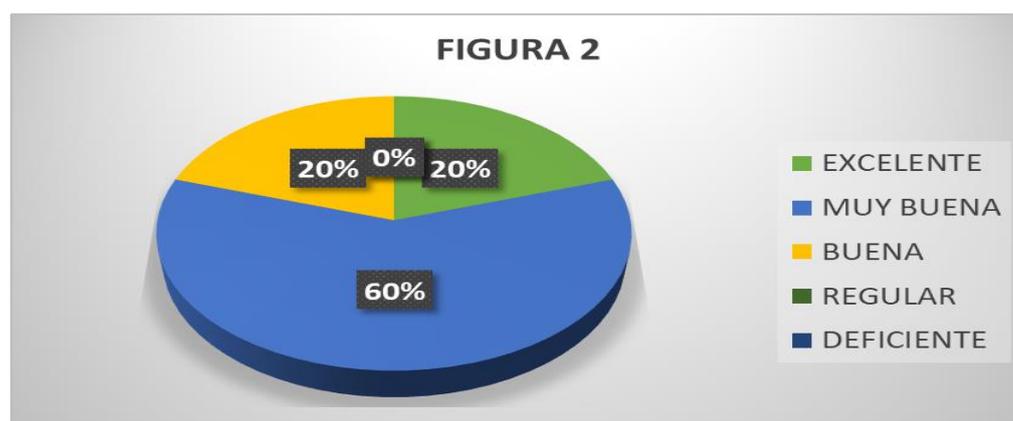
**TABLA 2**

*¿Tiene definido su misión, visión y valores de su empresa de las Mype?*

<b>Datos representantes</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Excelente</i>	2	20.00%
<i>Muy buena</i>	6	60.00%
<i>Buena</i>	2	20.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Interrogantes tomados y respondidos a los fabricantes de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 2** *¿Tiene definido su misión, visión y valores de su empresa de las Mype?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** Responden los encuestados que el 60% es muy buena la misión y visión y el 20% manifiestan que es muy buena y excelente los valores. Estos resultados es un buen indicador que tienen bien definido su misión y visión.

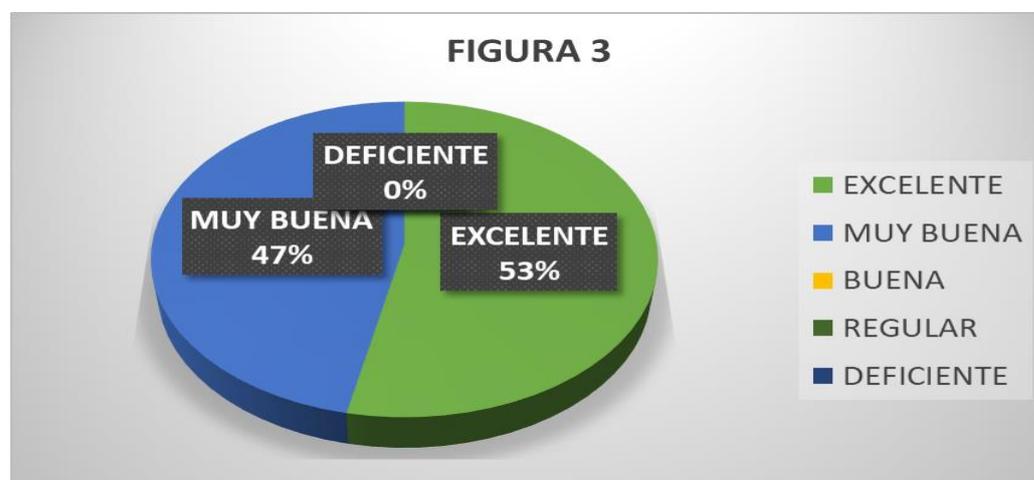
**TABLA 3**

*¿Usted provee al personal los recursos y la libertad para que actúen con responsabilidad y autoridad de las Mype?*

Datos representantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje
<i>Excelente</i>	8	53.00%
<i>Muy buena</i>	2	47.00%
<i>Buena</i>	0	0.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Encuesta a los fabricantes y vendedores de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 2** ¿Ud. Provee al personal los recursos y la libertad para que actúen con responsabilidad de las Mype?



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 53% de los encuestados sostienen que se provee al personal los recursos y la libertad para actuar con responsabilidad y un 47% responden que es muy buena la responsabilidad y autoridad. Cuyos resultados muestran que es excelente y muy bueno el sistema de compromiso y autoridad de las Mype?

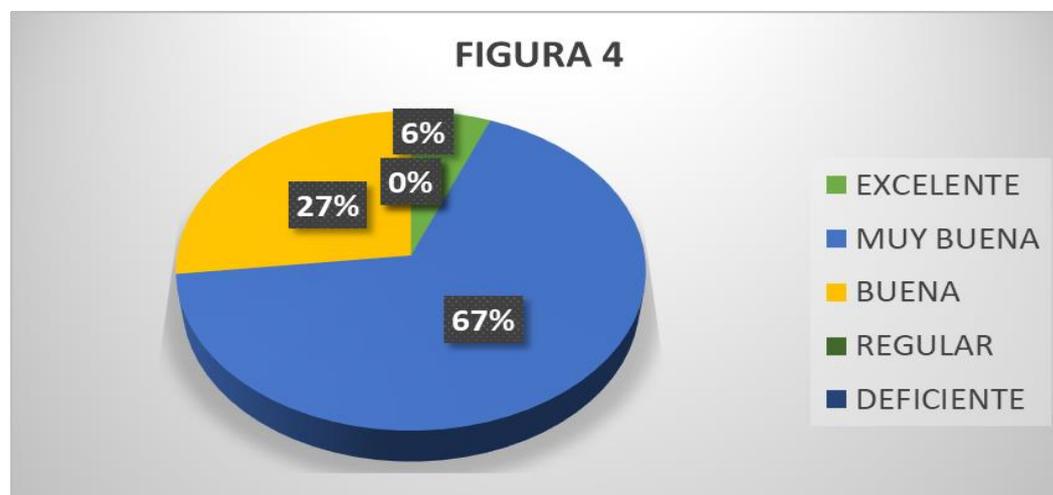
**TABLA 4**

*¿Realiza la evaluación del impacto del proceso de calidad de las Mype?*

<b>Datos representantes</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Excelente</i>	1	6.00%
<i>Muy buena</i>	7	67.00%
<i>Buena</i>	2	27.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Encuestas levantados a los negociantes de ventas de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 4** *¿Realiza la evaluación del impacto del proceso de calidad de las Mype?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 67% de los vendedores contestaron muy buena que los beneficios del trabajo apuntan al logro de los objetivos previstos con la evaluación constante y 6% ratifican que es excelente lograr el proceso de calidad. Todo ello en un indicador positivo que los mecanismos de un buen trabajo se logra los objetivos que desea alcanzar la empresa.

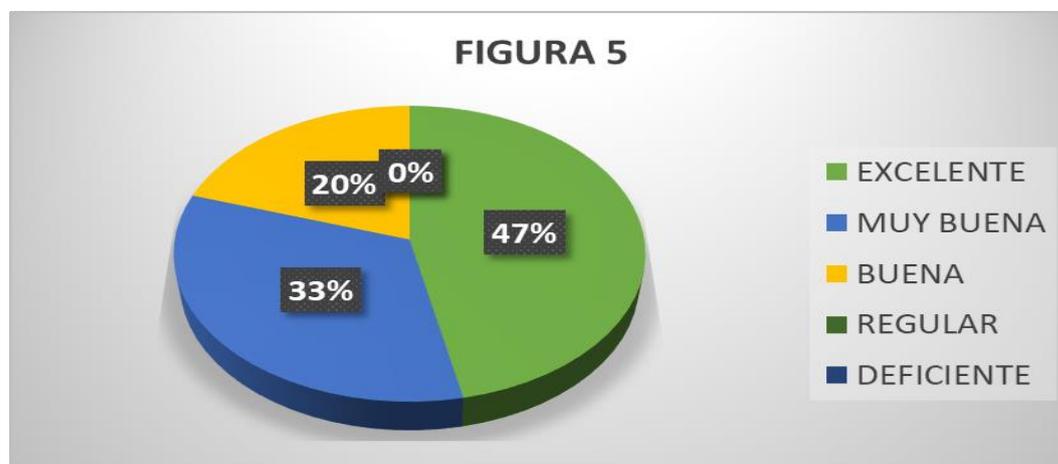
**TABLA 5**

*¿Tiene documentado lo que va seguir para cumplir con una buena gestión de calidad de las Mype?*

Datos representantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje
<i>Excelente</i>	7	47.00%
<i>Muy buena</i>	2	33.00%
<i>Buena</i>	1	20.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Fichas encuestadas a los negociantes de ventas de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 5** *¿Tiene documento lo que va seguir para cumplir con una buena gestión de calidad de las Mype?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 47% de los encuestados manifiestan que tiene documento con una excelente gestión de calidad para que genera un buen éxito de la empresa y 20% responden que es buena la gestión de calidad. Estos resultados son logros positivos en una buena gestión de calidad porque genera el éxito de la empresa para fabricar buenos productos en el rubro de ropas deportivas.

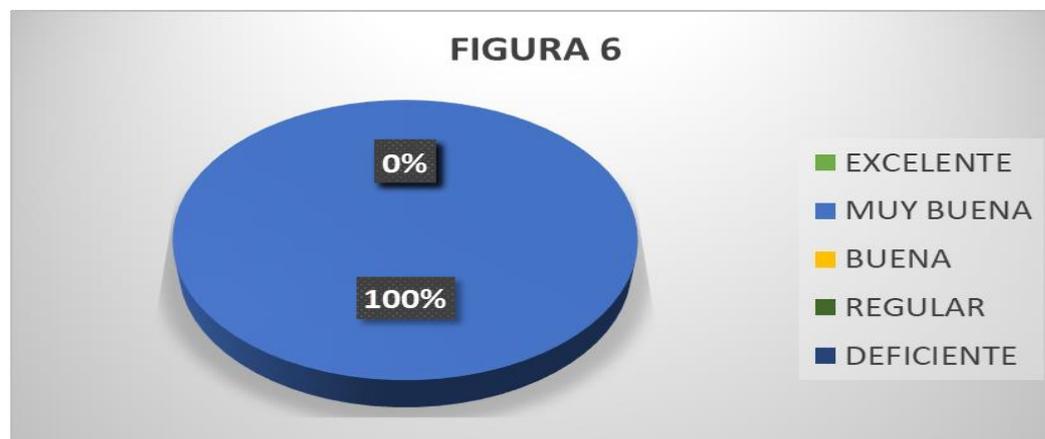
**TABLA 6**

*¿Los productos y servicios están principalmente enfocada a la satisfacción de los clientes de las Mype?*

<b>Datos representantes</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Excelente</i>	0	0.00%
<i>Muy buena</i>	10	100.00%
<i>Buena</i>	0	0.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Respuestas obtenidas de los que venden de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 6** *¿Los productos y servicios están principalmente enfocada a la satisfacción de los clientes de las Mype?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 100% de las personas encuestadas manifiestan que los productos y servicios son de muy buena calidad y existe una satisfacción de los clientes. Este resultado es el más notorio de los encuestados usando materiales para la confección y fábrica de ropa deportiva satisface a los clientes es un logro positivo para la empresa.

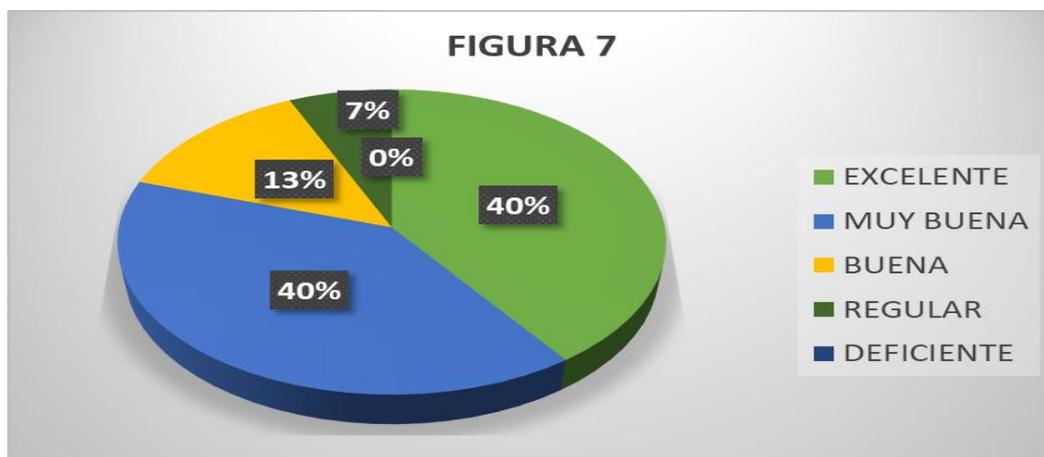
**TABLA 7**

*¿El personal tiene la libertad para actuar con responsabilidad y autoridad al momento de brindar atención de las Mype?*

Datos representantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje
<i>Excelente</i>	4	40.00%
<i>Muy buena</i>	4	40.00%
<i>Buena</i>	1	13.00%
<i>Regular</i>	1	7.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>Total</b>	10	100.00%

**Fuente:** Respuestas recogidas de los comerciantes de ventas de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 7** *¿El personal tiene libertad para actuar con responsabilidad y autoridad al momento de brindar atención?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** Un 40% de personal responden que es excelente y muy buena atención que satisface la eficiencia para atender con responsabilidad al cliente y un 7% sostienen que la buena atención brindada es regular de servicio al cliente. Este resultado es un logro eficaz y eficiente que una buena atención con responsabilidad al cliente determina una buena gestión de calidad en atención a los usuarios.

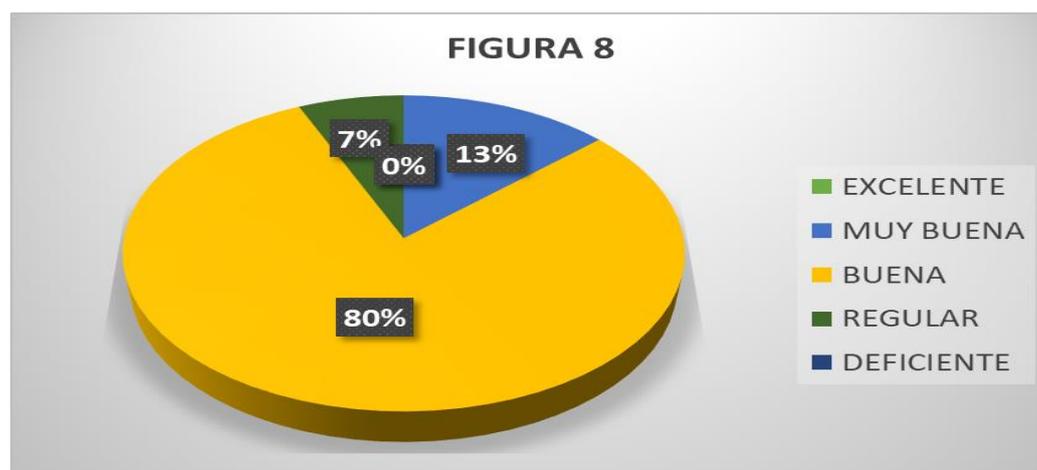
**TABLA 8**

*¿El personal es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo de las Mype?*

<b>Datos representantes</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Excelente</i>	1	7.00%
<i>Muy buena</i>	1	13.00%
<i>Buena</i>	8	80.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>Total</b>	10	100.00%

**Fuente:** Instrumento de recolección aplicado a los vendedores de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 8** ¿El personal es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo?



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 80% de empleados es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo y un 7% responden que tiene dificultades sobre la responsabilidad. Cuyos resultados nos muestra que es responsable y eficiente en el trabajo.

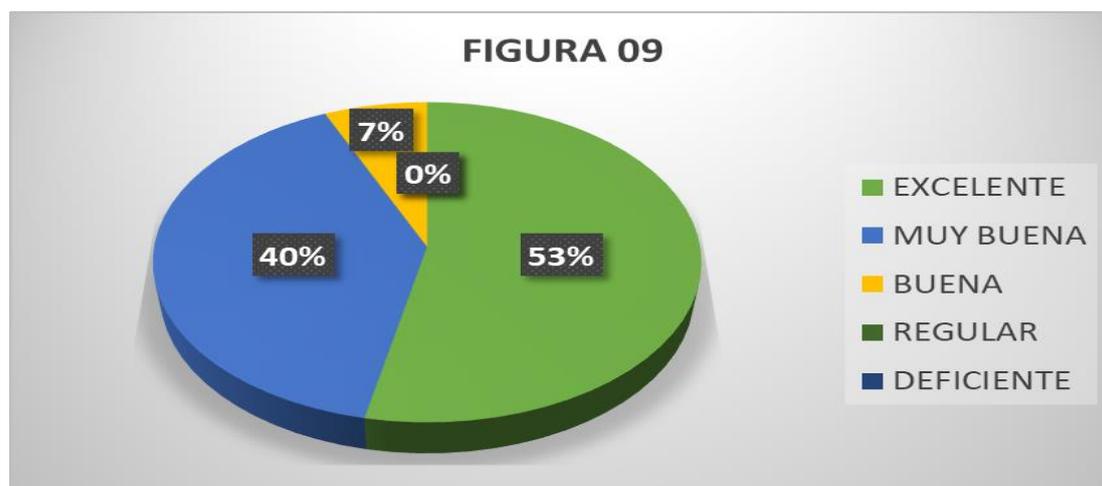
**TABLA 9**

¿Realizan la evaluación del impacto de proceso de la calidad de productos de las Mype?

Datos representantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje
<i>Excelente</i>	7	53.00%
<i>Muy buena</i>	2	40.00%
<i>Buena</i>	1	7.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>Total</b>	10	100.00%

**Fuente:** Respuestas de los comerciantes de ventas de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 9** ¿Realizan la evaluación del impacto de proceso de la calidad de producto de las Mype?



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 53% de los encuestados manifiestan que es excelente la evaluación del impacto de proceso de la calidad de producto y un 7% responden que es buena la evaluación de los productos. Estos resultados nos muestran que están conformes los clientes con la documentación interna que satisface las necesidades y expectativas de los usuarios.

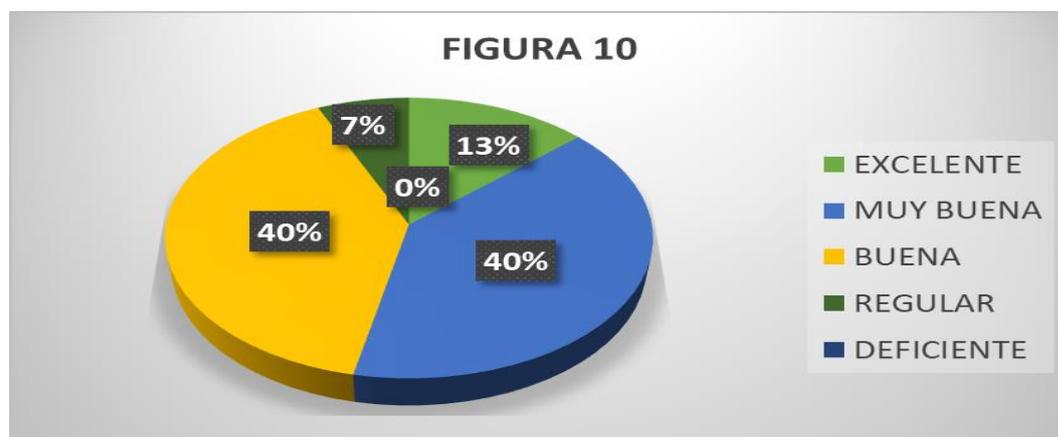
**TABLA 10**

*¿Las mediciones del desempeño de las formas de gestionar una calidad han permitido lograr alcanzar objetivos empresariales de las Mype?*

<b>Datos representantes</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Excelente</i>	1	13.00%
<i>Muy buena</i>	4	40.00%
<i>Buena</i>	4	40.00%
<i>Regular</i>	1	7.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Contestación de los comerciantes de ventas de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 3** ¿Las mediciones del desempeño de las formas de gestionar una calidad han permitido lograr alcanzar objetivos empresariales de las Mype?



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 40% de encuestados sostienen que es muy buena y buena las mediciones de desempeño del servidor y 7% indican que es regular las mediciones de calidad para lograr los objetivos planteados. Estos resultados nos muestran que a mayor desempeño excelente, muy buena y buena son determinantes para lograr los objetivos planeados por la empresa.

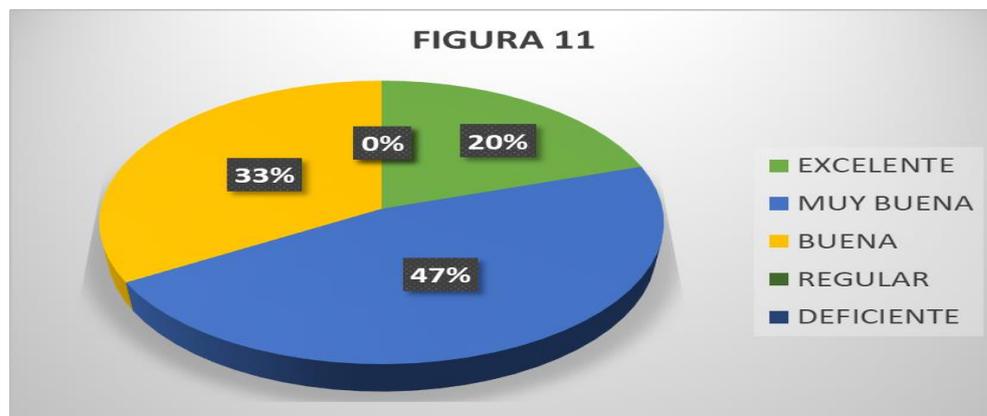
**TABLA 11**

*¿Usted evalúa el nivel de calidad de los productos y servicios de las Mype?*

Datos representantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje
<i>Excelente</i>	1	20.00%
<i>Muy buena</i>	7	47.00%
<i>Buena</i>	2	33.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	10	100.00%

**Fuente:** Respuestas recogidas en las fichas de encuestas a los negociantes de ventas de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 11** *¿Usted evalúa el nivel de calidad de los productos y servicios de las Mype?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 47% de los encuestados contestan que es muy buena calidad de producto y un 20% indican que es excelente el uso del servicio. Este resultado sostiene y nos indica que es muy buena calidad de los productos y que permite desempeñar sus funciones en forma eficaz los servidores de la empresa.

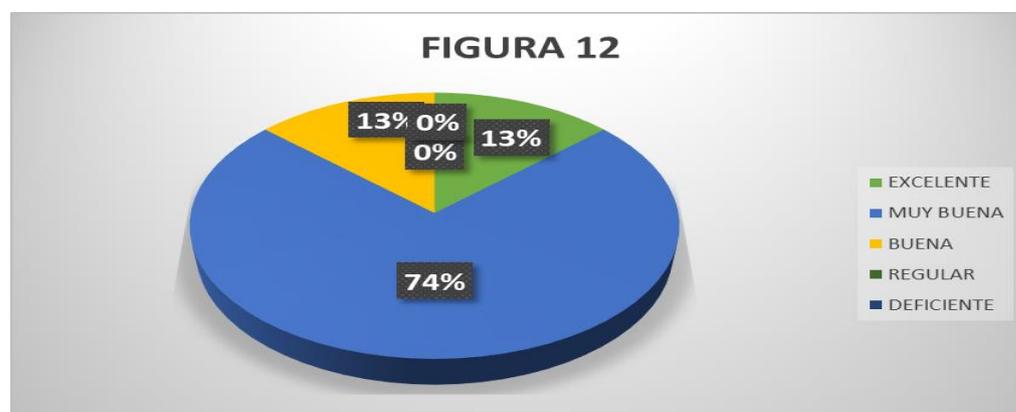
**TABLA 12**

*¿Su empresa se basa en el precio y la calidad de los productos para la contratación de los proveedores de las Mype?*

<b>Datos representantes</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Excelente</i>	1	13.00%
<i>Muy buena</i>	8	74.00%
<i>Buena</i>	1	13.00%
<i>Regular</i>	0	0.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	15	100.00%

**Fuente:** Datos importantes recogidos a los empleados que venden ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 12** *¿Su empresa se basa en el precio y calidad de los productos para la contratación de los proveedores de las Mype?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 74 % de los encuestados responden que es muy buena la calidad de producción que brinda la empresa a los clientes y un 13 % que es excelente y buena la producción que brinda la empresa. Este resultado muestra claramente que es excelente, muy buena y buena la calidad de producción de las ropas deportivas de la empresa lo que promueve la exportación.

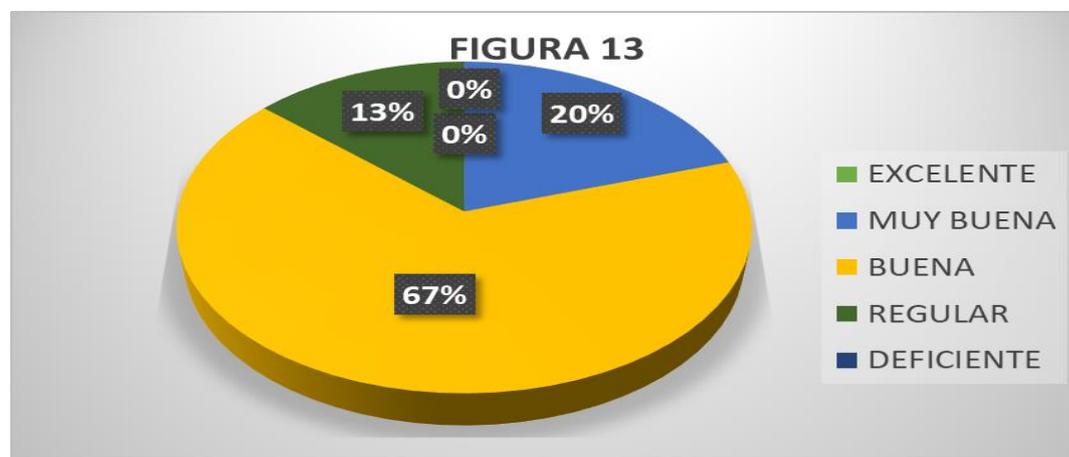
**TABLA 13**

*¿Tiene relaciones establecidas para lograr mutuo beneficio a corto y largo plazo con sus proveedores de las Mype?*

Datos representantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje
<i>Excelente</i>	0	0.00%
<i>Muy buena</i>	2	20.00%
<i>Buena</i>	7	67.00%
<i>Regular</i>	1	13.00%
<i>Deficiente</i>	0	0.00%
<b>Total</b>	10	100.00%

**Fuente:** Respuestas importantes recepcionadas de los vendedores de ropas deportivas en las tiendas comerciales de Juliaca, 2020.

**FIGURA 4** *¿Tiene relaciones establecidas para lograr el mutuo beneficio a corto plazo y largo plazo con sus proveedores de las Mype?*



**Fuente:** Elaborado según los datos estadísticos.

**INTERPRETACIÓN:** El 67% de los encuestados contestaron que los mecanismos o estrategias establecidas de exportación son buenos y un 13% es excelente. Este resultado es un indicador positivo que de acuerdo a los productos fabricados que son las ropas deportivas son de buena calidad y la exportación es satisfactorio, que traerá muchos beneficios para la empresa especialmente en lo económico.

## 5.2. Análisis de los resultados

Arrascue (2016) menciona: “Esta investigación cuyo nombre es la gestión de calidad en la producción y atención a los pacientes que tienen diferentes enfermedades donde en el hospital quienes llegan para ser diagnosticados, tratados, y recuperados de las dolencias y enfermedades que tienen, cuyos familiares manifestaron, que la atención es muy buena, porque tienen profesionales idóneos, responsables, capacitados con especialización en salud, por lo que su rendimiento laboral es eficiente, y no tienen riesgos de muerte, del 200 a 500 enfermos tratados lograron recuperarse en un 100% este indicador es positivo y real, para cuyos tratamientos se han destinado ambientes con laboratorios especializados, cuyas instalaciones son modernas, amplias, de construcciones de calidad, su cuadro de asignación de su personal cumplen todos los requisitos y perfiles para cada de los cuadros de personal, analizando todas estas características la clínica es de primera calidad, y los usuarios se sienten satisfechos de la atención en la región Chiclayo, Perú ” .

Fernández (2016) enfatiza: “En el presente trabajo se desarrolla la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad que cumpla los requisitos establecidos en la Norma ISO 9001: México (2008) a través del diseño y organización de los fundamentos de la gestión de proyectos PMBOK para una empresa de construcción de materiales prefabricados para diversos emplazamientos. Con este trabajo, buscamos darle a la organización una imagen superior, en lucro, rentabilidad e intensidad en el mercado donde se crea, siendo esto de importancia indispensable en la parte minera, donde los modelos de calidad y la junta de riesgo son las columnas principales. Para conseguir

emprendimientos de gran alcance. Además, y como objetivo principal del Sistema de Gestión de Calidad, es lograr el cumplimiento de nuestros clientes a través de la coherencia con los puntos de referencia y los requisitos previos establecidos por las condiciones de la empresa. El cumplimiento se logra al cumplir los objetivos tanto de los clientes internos (toda la fuerza laboral comprometida con la asociación) como de los clientes externos (proveedores y compradores) con una expansión de hasta el 35%. Esto sugerirá una situación superior de la organización en el mercado nacional, y mayor beneficio, creando empresas de hasta varias veces más contrastadas con el año primario de los años financieros, ampliando su límite de creación en un 60% y el personal administrativo y de trabajo en un 75%. Durante el avance de la postulación, se presentará cómo el control PMBOK complementa el estándar ISO 9001: 2008 para planificar y clasificar, verificar las formas de trabajo, la organización para las evaluaciones con examen, para lograr que estén conectados, esquemas de flujo, diagramas de asociación, perfiles, programas. Hizo, registros y técnicas compuestas requeridas para lograr, como resultado concluyente, la estructura total del Sistema de Gestión de Calidad de la organización. Por último, se muestra que el uso de un Sistema de Gestión de Calidad dependiente de la Norma ISO 9001: 2008, a través de la ayuda de PMBOK direct, brinda ventajas significativas a la asociación, que lo legitima en la última parte de esta propuesta”.

Jiménez (2016) sustenta: “Exportación es una decisión de corto y largo plazo tomada por una empresa que quiere establecerse en otro país extranjero. La estrategia de internacionalización consta de una gamma de varias opciones que permiten a una organización actuar fuera de su país de origen, relacionándose para vender productos de calidad a las tiendas comerciales o pequeñas empresas con quienes se entablan las

relaciones comerciales internacionales”.

Se concluye que según los resultados de la investigación denominada: Gestión de calidad en estrategias de exportación de las MYPE sector producción rubro ropa deportiva de Jirón Moquegua del distrito de Juliaca año 2019, ha sido un éxito y sus logros son bastante significativos, positivos, alcanzando a lograr los objetivos y variable propuestos desde el inicio del planteamiento del problema, formulación de los objetivos, el diseño de la investigación, las técnicas e instrumentos se ha trabajado conforme a la guía y orientación de nuestro asesor de la Universidad Los Ángeles de Chimbote, con la finalidad de estandarizar y homogenizar los trabajos de investigación, por ello inicialmente se ha presentado el proyecto de investigación, finalmente presentar el informe de la TESIS. En las tablas y figuras 1, 2, 3, 4 nos muestran que un 99% de las MYPE encuestados, es bueno, muy buenos y excelente, referidos a definir los que aplican la gestión de calidad, organización tienen definido su visión y valores, proporcionan recursos, evalúan el proceso de calidad. Ayudan enormemente hacia los objetivos propuestos de la producción y exportación del rubro de venta de ropas deportivas hacia el extranjero. De igual forma las tablas y figuras 5, 6, 7 y 8, las MYPE encuestados respondieron en 98% lo excelente, muy bueno y bueno con relación a con una buena gestión de calidad genera un éxito de la empresa, cumplen con los documentos que utiliza son eficientes, el producto y servicio está enfocada a la satisfacción del cliente, el personal actúa con responsabilidad, el personal es eficiente. Para la confección de ropas deportivas con buena calidad, además los servidores reciben buenas capacitaciones acerca de la gestión de calidad para la buena y excelente atención al cliente, produciendo y vendiendo sus productos de calidad, con miras de exportación.

Seguidamente también cabe indicar que los tablas y figuras 9, 10, 11, 12, y 13 las personas encuestadas de las MYPE contestaron en forma positiva y satisfactorio del 98% al 100% de las empresas, cumplen con la evaluación de la calidad del producto, para alcanzar sus objetivos, el beneficio se dará a corto y largo plazo, que satisface las necesidades y expectativas de los clientes, incluyendo que la medición del desempeño satisface a la empresa, ayudándose con el manual de medición de la calidad de desempeño del servidor cumpliendo con lo establecido y la buena producción y venta de calidad brinda una buena organización de la empresa, proyectándose vender sus productos hacia el país vecino de la Paz Bolivia.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1. Conclusiones**

**PRIMERA.** Con relación a la gestión de calidad por parte de los dueños de las micro y pequeñas empresas, que confeccionan y exportan ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, que las Mype alcanzan los objetivos, herramientas de gestión, las tipologías, propuestos por la organización, y mencionan que una buena, muy buena y excelente calidad genera éxito en la empresa, tanto como en la exportación y los ingresos económicos de las tiendas comerciales en el jirón Moquegua de la localidad de Juliaca, San Román. La mayoría de las micro empresas con gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al público en las MYPE, de las tiendas comerciales de venta de ropas deportivas de la ciudad de Juliaca en relación a la buena calidad de producto, capacitación, la documentación y a las expectativas del cliente y su atención son muy buenas y cumplen de acuerdo al manual de calidad de desempeño eficaz por parte de los servidores en cuanto a los procedimientos documentales, para una buena y excelente atención al cliente. La mayoría de las MYPE de las tiendas comerciales de Juliaca, producen en la confección y venta de ropas deportivas de calidad, para exportación que brinda la organización de la empresa mediante sus servidores, para generar ganancias y lograr metas y objetivos planificados por las MYPE. La mayor cantidad de las pequeñas empresas quienes son confeccionistas y vendedores de ropas deportivas cumplen los requisitos para exportar su mercadería a la Paz Bolivia, según el pedido de los clientes y el nivel de exportación es muy bueno y bueno y se cumple los procesos del nivel de exportación a precio fijo y se preparan los documentos necesarios, transportando por vía terrestre y previos al embarque, despacho y entrega de la venta de las ropas deportivas

hacia las tiendas comerciales de la Paz Bolivia.

**SEGUNDA.** Después de haber elaborado el plan de exportación de ropa deportiva y de haber analizado los resultados obtenidos. Se llegó a la conclusión de que el producto de ropa deportiva entra con un gran potencial de ser exportado al mercado de La paz Bolivia. Debido a que los análisis de los costos y beneficios a obtener arrojaron resultados atractivos, principalmente en lo correspondiente a la producción de ropa deportiva. El análisis del mercado permitió determinar la estrategia de penetración para ofrecer ropa deportiva a este mercado. Se determinó que esta sería ofrecer precios bajos y buena calidad ya que es una de las ventajas con las que cuenta las MYPE.

La mayoría de las MYPE de las tiendas comerciales de Juliaca, producen en un 99 % en la fábrica y venta de ropas deportivas de calidad, para exportación que brinda la organización de la empresa mediante sus servidores, para generar ganancias y lograr metas y objetivos planificados por los MYPE en el distrito de Juliaca.

## **RECOMENDACIONES**

Recomendar a los estudiantes realizar trabajos de investigación relacionados a las MYPE, donde como deben iniciar, formalizar su funcionamiento, organización, implementación, financiamiento tomando en cuenta el apoyo el desempeño del servidor de las empresas con miras de mejorar las empresas a nivel local, regional y nacional.

Recomendar a la Universidad Los Ángeles de Chimbote, implementar la biblioteca universitaria con la finalidad de buscar bibliografía especializada sobre el desarrollo y avance de la MYPE a nivel mundial.

Recomendar a los gerentes, trabajadores o servidores de las MYPE, implementar el manual de desempeño de las MYPE, con la finalidad de orientar un trabajo cooperativo, en equipo en favor de la empresa y ejecutar una buena gestión de atención de calidad de los clientes del sector comercio de fabricar, ofertar y vender productos de buena calidad de diferentes rubros en el campo comercial.

Orientación al cliente.

Liderazgo de la Dirección.

La participación de todo el personal.

La mejora continua.

Toma de decisiones objetiva y basada en datos reales.

Establecer relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores y clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alegre, J. C. (2019). LA CALIDAD Y SUS SISTEMAS DE GESTIÓN. *Economía de Cuba*, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/maap.htm>.
- Arrascue Delgado, J. E. (2016). *Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte "Clinifer" Chiclayo-2015*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipan.
- BOGGIO, D. J. (2016). *ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LOGRAR LA*. Chiclayo: VERITAS LIBERABIT VOS.
- Borja Dousdebés, S. (2014). *Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional Iso 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes la Rebaja*. Ecuador: UIDE.
- Bueno. (2018). Tusuy. *Algol*.
- Bueno, c. (2018). Historian de la danza. *Algol*.
- Cari, C. (2016). *historia de la danza*. Ilave: Alba.
- Carrasco Revilla H. V (2015) sostiene: En su TESIS sobre la Planificación Estratégica de desarrollo empresarial para mejorar la productividad de las MYPES (p 122).
- Castillo Calvo, F. M. (2016). *Gestión del talento humano, satisfacción laboral y calidad de gestión en la Institución Educativa 20189*. Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Chimbote, U. C. (16 de Agosto de 2019). *ULADECH*. Obtenido de [www.uladech.edu.pe](http://www.uladech.edu.pe).
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis /por W. Edwards, Deming y traducción de Jesus Nicolau, Medina*. España . doi:<https://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover&dq=deming+gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiV7pS7htrpAhXAJrkGHbUPCA8Q6AEIJjAA#v=onepage&q=deming%20gestion%20de%20calidad&f=false>
- Fernández Moscoso, M. M. (2016). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad bajo la norma ISO 9001:2008 empleando la metodología de la guía del PMBOK para*

*una empresa de construcción de edificios modulares de material prefabricado.*  
Mexico.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México, D.F: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

Huamán, (2011). “*Importancia de las MYPE*”. Recuperado el 04 de Abril del 2016 desde HYPERLINK "http://actualidadmypeperu.blogspot.pe/" \h: <http://actualidadmypeperu.blogspot.pe/>.

Huacasi Gonzáles, Rómulo (2014) defiende: “*En su TESIS denominado: “El financiamiento en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas y su efecto en la gestión de las empresas*

Inga Aquino (2015) *TESIS Repositorio de la ULADECH. Facultad de Ciencia Contables, Financieras y Administrativas Anexo Instrumento de Investigación Satipo Junín.*

Jimenes CITATION DAN16 \n \t \l 10250 (2016) Exportación es una decisión a largo plazo. p.79.

J, M. Q. (2016). *Ifluencia de las fuentes de financiamiento en la MYPE del distrito de San Jose Lambayeque*. Lambayeque.

Juran, J. M. (2001). ¿Qué hizo Joseph M. Juran por la gestión de la calidad? McGraw-Hill, Interamericana de España, 2001. doi:https://books.google.com.pe/books?id=AdJYJgAACAAJ&dq=juran&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiC-Lfbh9npAhV9IrkGHf-eAsMQ6AEIVDAF

Kotler (2004) “*Marketing es un proceso social y de gestión de calidad*. p.11.

Kong, Q. y. (s.f.).

López (2016) sostiene: “*Factores críticos de éxito de las tiendas de la ciudad de Trujillo en el año 2016*

Mayo CITATION Jua19 \n \t \l 10250 (2019) menciona que: “*El mecanismo*

*operativo de una organización para optimizar sus procesos. p.68.*

Mamani Huanacuni. D. (2017) sostiene como: *“Autor de la TESIS denominado: El comercio informal de venta de ropas en Puno y Juliaca.*

Moro Vigo, A. L. (2016). *Estrategias de cultura exportadora en la empresa “Esculturas Terán” Huambocancha Cajamarca, enfocada a la exportación de esculturas talladas en piedra con diseños incacios al mercado de Villaviciosa de Odón Madrid-España para el año 2017 (Tesis Parcial).* España: UPNBOX.

Muñiz, R. (2010). *El gran reto de la atención al cliente en España. Recuperado el 01 de Abril del 2016 desde: HYPERLINK "http://www.marketing-xxi.com/departamento-de-atencion-al-cliente-104.htm" \h http://www.marketing-xxi.com/departamento-de-atencion-al-cliente-104.htm*

MYPE. (2014). *definicion de la micro y pequeñas empresas. mype, 54.*

*Philip Kotler y Fernando Trias (2014) definen: "Calidad de servicio es un proceso de trabajo que crea productos y servicios nuevos e innovadores " (p.31) .*

Quilcate, M. J. (2014). *Influencia de las Fuentes de Financiamiento en las Mype del Distrito de San Jose Lambayeque.* Lambayeque.

QUIPUKAMAYOC. (2011). *ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LAS MYPEs y PYMEs. Revista de la Facultad de Ciencias Contables, 72-73.*

Rodríguez Mogollón, C. E. (2017). *Planeamiento estratégico del sector agrícola de exportación de Piura.* Lima.

Salas. (2015). *Pensamiento critico. Art Jove.*

*Salvador (2015) Tesis “Son microempresas de acumulación ampliada las que poseen una productividad elevada. p.60.*

*Sánchez (2015) “El micro y pequeñas empresas en Perú. p.128.*

Tito del Castillo A. (2015) Define: *“En su TESIS titulado: “Poder del marketing viral para las micro y pequeñas empresas dedicadas a la fabricación de ropa deportiva en la ciudad de Puno*

Toledo (2016) sostiene: *“Tipo de población involucrada, sus activos y su capacidad de*

*generación de ingreso: de subsistencia, de acumulación simple, y ampliada o micro tope, teniendo en cuenta la exportación micro y macro” (p.78).p.32, Inf. Tesis.*

Santander (2016) menciona: *“Estrategias para inducir la formalidad de la Mype de la industria gráfica-offset por medio de la gestión competitiva y crecimiento empresarial” (p.75).*

Stanton (2017) afirma *“El concepto de marketing es una filosofía sencilla. p.8.*

Sivera Bello, Silvia (2014) autora de la *Tesis: Marketing viral: claves creativas de la viralidad publicitaria. Universidad Ramón Llull de Barcelona*

Vela, N. B. (2016). *Anuario estadísticas deportivas* . España .  
doi:[https://books.google.com.pe/books?id=kHVcDAAAQBAJ&pg=PA22&dq=exportacion+de+ropa+deportiva&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiHwPy-mI\\_qAhUIHLkGHTaGAtsQuwUwAHoECAAQBg#v=onepage&q=exportacion%20de%20ropa%20deportiva&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=kHVcDAAAQBAJ&pg=PA22&dq=exportacion+de+ropa+deportiva&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiHwPy-mI_qAhUIHLkGHTaGAtsQuwUwAHoECAAQBg#v=onepage&q=exportacion%20de%20ropa%20deportiva&f=false)

*Velásquez Miranda M. J. (2016) defiende: “Evaluar la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria y producción del mueble de la ciudad de Puno” (p. 71).*

Z., L. (2018). *Poblacion y Muestra Venezuela. Venezuela: PMV.*

## Anexo 1. Evidencias fotográficas de algunas tiendas deportivas



**Verificando el embalaje de las ropas deportivas para la exportación**



## Anexo 2. Cuestionario

ESCALA DE LIKERT: Excelente, Buena, muy Buena, Regular, Deficiente

Contesté teniendo en cuenta la siguiente escala:

1. Excelente
2. Muy buena
3. Buena
4. Regular
5. Deficiente

VARIABLE DE GESTION DE CALIDAD						
N°	ITEM	1	2	3	4	5
1	¿Considera que al aplicar de la gestión de la calidad lleva a una buena organización y control de su empresa?					
2	¿Tiene definido su misión, visión y valores de su empresa?					
3	¿Usted proporciona al personal los recursos y la libertad para que actúen con responsabilidad y autoridad?					
4	¿Realiza la evaluación del impacto del proceso de calidad?					
5	¿Tiene documentado lo que va seguir para cumplir con una buena gestión de calidad?					
6	¿Los productos y servicios esta principalmente enfocada a la satisfacción de los clientes?					
7	¿El personal tiene la libertad para actúen con responsabilidad y autoridad al momento de brindar atención?					
8	¿El personal es responsable y demuestra eficiencia en su trabajo?					
9	¿Realizan la evaluación del impacto de proceso de la calidad de productos?					
10	¿Tiene un sistema donde recolectan información sobre necesidades y expectativas de sus clientes?					
11	¿Ud. evalúa el nivel de calidad de los productos y servicios?					
12	¿Su empresa se basa en el precio y la calidad de los productos para la contratación de los					

	proveedores?					
13	¿Tiene relaciones establecidas para lograr el mutuo beneficio a corto y largo plazo con sus proveedores?					
Total						

**Gracias por su colaboración**

### Anexo 3. Instrumento Validado

#### ANEXO N° 01

#### ESTADÍSTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR "GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL MARKETING EN LAS LIBRERÍAS EN EL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019"

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
P01	1.3500	.67082	.829
P02	2.4500	.68633	.823
P03	2.3000	.80131	.838
P04	1.3000	.47016	.827
P05	1.4500	.80481	.832
P06	1.7000	.65695	.831
P07	1.5500	.68633	.810
P08	2.5500	.68633	.823
P09	1.4500	.68633	.824
P10	1.3500	.58714	.813
P11	1.4000	.58624	.807
P12	2.7500	.44426	.827
P13	1.4000	.58624	.821
P14	1.3000	.65695	.830
P15	1.3500	.48936	.829
P16	1.5000	.82717	.899
P17	1.6500	.74516	.834
P18	1.8000	.76777	.831
P19	1.8000	.95145	.833
P20	2.5000	.82717	.831
P21	1.7500	.63867	.833
P22	1.5500	.68633	.810
P23	2.4500	.68633	.821
P24	1.5500	.68633	.812
P25	1.5500	.75915	.817
P26	1.7000	.80131	.830
P27	2.8500	.36635	.827
P28	1.3000	.57124	.824
P29	1.3500	.67082	.825
P30	1.4500	.51042	.826
P31	1.4500	.60481	.819
P32	1.3000	.47016	.829

  
 MSC. DAFNY MARCOLE P. LLANOSAGUACHE CALLE  
 Estadístico  
 COESPE: 675

**ESTADISTICOS DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR "GESTIÓN DE LA CALIDAD Y EL MARKETING EN LAS LIBRERÍAS EN EL DISTRITO DE SULLANA AÑO 2019"**

<b>Nº preguntas</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
<b>32</b>	<b>0.837</b>

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 83.70% de confiabilidad con respecto a 32 preguntas del cuestionario.

  
MSc. DARWIN MACCAY P. LLANASBANCHE CUELLO  
Estatístico  
COESPE: 875

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Carlos David Ramos Rosas, con cédula de colegiatura

03509, con profesión Lic. Adm. Empresas y ejerciendo

actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

"Gestión de calidad y el marketing en las librerías en el distrito de Sullana año 2019", presentado por el estudiante universitario Vanessa Carolina Madrid Oviedo de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

  
MIS. ADM. EMP. Carlos David Ramos Rosas  
DOCENTE TUTOR ULADECH  
CLAD 03509





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Elizabeth Dromina Zapata Castro, con cédula de colegiatura 06563, con profesión administradora y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

"Gestión de calidad y el marketing en las librerías en el distrito de Sullana año 2019", presentado por el estudiante universitario Vanessa Carolina Madrid Oviedo de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN  
Mgtr. Elizabeth Zapata Castro  
CODIGO: 06563 PROF. ADMINISTRACIÓN



Ejemplos										
Mantener comunicación con el cliente	¿Tiene buena comunicación con sus clientes al brindar los precios y promociones de sus productos?	/	/	/	/	/	/	/	/	
Marketing de Interrupción	¿Brinda nuevas promociones de manera mensual a través de cupones, sales, entre otros?	/								
Marketing de Clientes	¿Brinda información útil a sus clientes por medio de correo electrónico?	/	/							
Marketing tradicional	¿Realiza publicidad de manera semanal y mensual por medio de radio y volantes?	/	/							
Marketing Digital	¿Usted tiene una página web donde realiza publicidad sobre sus promociones y ofertas de sus productos?	/	/	/	/	/	/	/	/	
Marketing de Afiliados	¿Ha realizado enlaces de afiliación a través de su página web?	/	/	/	/	/	/	/	/	
Email Marketing	¿Tiene implementado el email de sus clientes en la aplicación de la personalización del contenido y mensajes publicitarios?	/	/	/	/	/	/	/	/	
Marketing Conversacional	¿Se comunica con sus clientes en forma eficiente y eficaz para indicarle los beneficios de cada producto?	/	/	/	/	/	/	/	/	
Mobile marketing	¿Envía a sus clientes potenciales mensajes de texto brindándole ofertas de sus productos?	/	/	/	/	/	/	/	/	
Marketing de Permiso	¿Considera que el marketing le permite posicionarse y dominar el mercado?	/	/	/	/	/	/	/	/	


  
 María Elizabeth Torres Castro

FIRMA DEL EVALUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Guillermo Alfonso Zurita Ramos, con cédula de colegiatura 05864, con profesión Administrador y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

"Gestión de calidad y el marketing en las librerías en el distrito de Sullana año 2019", presentado por el estudiante universitario Vanessa Carolina Madrid Oviedo de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:



U.C. ADOL. GUSTAVO A. ZURITA RAMOS  
CALLE 1986, CALLES 19 Y 1981  
DISTRITO DE SULLANA, PERÚ

