



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y MARKETING, CASO EMPRESA,

AMERICA MOVIL S.A.C – SATIPO, 2020

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

AUTORA

CERVANTES MONTOYA MARIBEL

ORCID: 0000-0001-6275-9336

ASESOR

Dra. Mercedes Renee Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

SATIPO – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA Cervantes Montoya,

Maribel ORCID: 0000-0003-

4110-9443

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Satipo,

Perú

ASESOR

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Mgtr. Víctor Hugo Vilela

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Mgtr. Carmen rosa Azabache Arquinio

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Mgtr. Víctor Hugo Espinoza Otoyá

ORCID: 0000-0002-7160-5581

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Presidente

Mgr. Víctor Hugo Vilela

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Miembro

Mgr. Carmen rosa Azabache Arquinio

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgr. Víctor Hugo Espinoza Otoyá

ORCID: 0000-0002-7160-5581

Asesora

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis padres quienes siempre están conmigo apoyándome en todo momento de mi vida a pesar de las dificultades que se me atraviesan en el camino. A todas las personas que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas y objetivos propuestos. A mi docente por ayudarme y sobre todo por brindarme enseñanzas en esta etapa de mis estudios, fundamental y haberme guiado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo: Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el marketing, GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y MARKETING, CASO EMPRESA, AMERICA MOVIL S.A.C – SATIPO, 2020. La metodología utilizada fue de diseño no experimental de nivel correlacional la investigación tuvo como población está compuesta por 20 trabajadores, personal administrativo, a quienes se les aplico el instrumento cuestionario. En los resultados fueron los siguientes, se determinó a través de la significancia el porcentaje de error de 0,014%. De este modo el error se encuentra por debajo del 5% (0.05), por lo tanto, se afirma que si existe una relación positiva muy fuerte entre ambas variables. Lo que permitió aceptar la hipótesis.

De acuerdo a la investigación se pudo determinar a través de la significancia el error del 0,484. Por lo tanto existe una correlación positiva moderada entre la D2 habilidades y la V2 marketing. Por lo tanto, se acepta la hipótesis Ha planteada por el investigador. Finalmente se observa el resultado del coeficiente $r = 0,251$ que cuantifico la relación entre (Habilidades Dimension 2 y marketing Variable 2), concluyendo que la (Dimension 2 y la Variable 2). se relacionan de manera positiva con una intensidad moderada.

Palabras claves: Recursos Humanos y marketing.

ABSTRACT

The present research aimed to: Establish the relationship between human resource management and marketing, HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND MARKETING, COMPANY CASE, AMERICA MOVIL SAC - SATIPO, 2020. The methodology used was non-experimental design of correlational level. The research had as a population is composed of 20 workers, administrative personnel, to whom the questionnaire instrument was applied. The results were as follows, the percentage of error of 0.014% was determined through significance. In this way, the error is below 5% (0.05), therefore, it is affirmed that if there is a very strong positive relationship between both variables, accepting the hypothesis H_a raised by the researcher. What allowed to accept the hypothesis

According to the investigation, the 0.484 error could be determined through significance. Therefore, there is a moderate positive correlation between D2 skills and V2 marketing. Therefore, the hypothesis H_a raised by the researcher is accepted. Finally, the result of the coefficient $r = 0.251$ is observed, which quantifies the relationship between (Skills Dimension 2 and Marketing Variable 2), concluding that (Dimension 2 and Variable 2). are positively related to moderate intensity.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LITERATURA	3
2.1 ANTECEDENTES.....	3
2.2 bases teóricas de la investigación.....	11
2.2.1 Gestión de recursos humanos	11
2.2.2 Marketing.....	14
III. HIPÓTESIS	17
2.2.3 Hipótesis General.....	17
2.2.4 Hipótesis Especifica.....	17
IV. MÉTODOLOGIA	17
3.1 Tipo de investigación	17
3.2 Nivel de investigación.....	18
3.3 Diseño e investigación	18
3.4 El universo y muestra.....	18
3.5 Definición y operacionalización de variables	19
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.7 Plan de análisis.....	20
3.8 Matriz de consistencia.....	20
3.9 Principios éticos	23
V. RESULTADOS	24
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	59
ANEXOS:	65
Anexos 1: Evidencias	65
Anexo 2: cuestionario	68

INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

Tabla 1 Distribución de frecuencia de la existencia de un buen proceso administrativo en la empresa	24
Tabla 2 Distribución de frecuencia de la organización correcta del proceso de ventas	25
Tabla 3 Distribución de frecuencia de la tenencia de un buen proceso de venta	26
Tabla 4 Distribución de frecuencia del seguimiento de un proceso de venta	27
Tabla 5 Distribución de frecuencia sobre la necesidad del control de personal en la empresa	29
Tabla 6 Distribución de frecuencia sobre la existencia de una buena organización en la empresa	30
Tabla 7 Distribución de frecuencia sobre si la mala organización afecta a la empresa	31
Tabla 8 Distribución de frecuencia sobre la necesidad de satisfacer al personal	33
Tabla 9 Distribución de frecuencia si se debe premiar las habilidades del personal .	34
Tabla 10 Distribución de frecuencia sobre si la empresa satisface al personal de trabajado.....	35
Tabla 11 Distribución de frecuencia sobre la eficacia de trabajo en la empresa	36
Tabla 12 Distribucion de frecuencia sobre la falta eficacia en la empresa.....	37
Tabla 13 Distribucion de frecuencia sobre la eficiencia del sistema de la empresa..	38
Tabla 14 Distribucion de frecuencia sobre la necesidad de eficiencia en la empresa	40
Tabla 15 Distribucion de frecuencia sobre el conocimiento de la empresa sobre el valor del cliente.....	41
Tabla 16 Distribucion de frecuencia la importancia del valor del cliente para la empresa	42
Tabla 17 Distribucion de frecuencia sobre la imagen que se llevan los clientes de la empresa	43
Tabla 18 Distribucion de frecuencia si los ingresos de la empresa cumplen con las expectativas de la empresa.....	44
Tabla 19 Distribucion de frecuencia sobre el buen ingreso en ventas que tiene la empresa	46

Tabla 20 Distribucion de frecuencia sobre la importancia del coste lead en la empresa	47
Tabla 21 <i>Significancia del coeficiente de correlación</i>	47
Tabla 22 <i>Correlación entre las variables V1 recursos humanos y V2 marketing</i>	48
Tabla 23 <i>Correlación entre la D1 proceso administrativo y V2 marketing</i>	50
Tabla 24 <i>Correlación entre la D2 habilidades y la V2 marketing</i>	52
figura 1 Existencia de un buen proceso administrativo en la empresa	24
figura 2 Organización correcta del proceso de ventas	26
figura 3 Tenencia de un buen proceso de venta.....	27
figura 4 <i>Seguimiento de un proceso de venta</i>	28
figura 5 Necesidad del control de personal en la empresa.....	29
figura 6 Existencia de una buena organización en la empresa	31
figura 7 La mala organización afecta a la empresa.....	32
figura 8 La necesidad de satisfacer al personal.....	33
figura 9 Se debe premiar las habilidades del personal.....	34
figura 10 La empresa satisface al personal de trabajado	36
figura 11 La eficacia de trabajo en la empresa	37
figura 12 <i>La falta eficacia en la empresa</i>	38
figura 13 La eficiencia del sistema de la empresa	39
figura 14 Necesidad de eficiencia en la empresa.....	40
figura 15 Conocimiento de la empresa sobre el valor del cliente	41
figura 16 Importancia del valor del cliente para la empresa.....	43
figura 17 La imagen que se llevan los clientes de la empresa	44
figura 18 Los ingresos de la empresa cumplen con las expectativas de la empresa..	45
figura 19 El buen ingreso en ventas que tiene la empresa	46
figura 20 La importancia del coste lead en la empresa.....	47
<i>Figura 21. Medida de dispersión de la V1 y V2</i>	49
figura 22. Medida de dispersión de la D1 y la V2	51
figura 23. Medida de dispersión de la D2 y V2.....	53

I. INTRODUCCIÓN

Según Prieto (2013) “la competencia en el mundo se da a nivel de Talento Humano lo que genera ideas que son únicas de la empresa, logrando establecer la diferencia entre una empresa y otra.”

El presente estudio de investigación tiene como fin de adquirir conocimiento de las MYPES lo cual se desarrolló en el distrito de Satipo, tuvo como objetivo Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020. La investigación es de tipo y nivel correlacional cuantitativo, lo cual la hipótesis planteada fue la gestión de recursos humanos se relaciona significativamente con el marketing.

En nuestro país, las micro empresas carecen de tener buena gestión, una de las razones es porque son informales pero eso no significa que las empresas formales tienen una gestión aceptable, las empresas no cuentan con personal capacitado y los recursos humanos no son usados correctamente, uno de los presentes motivos llega ser la mala administración, ya que en el Perú la mayoría de las micro y pequeñas empresas (MYPES) son administradas por personas no capacitadas, es decir, por los mismos dueños que no tienen conocimiento y/o grado de instrucción.

En Satipo las MYPES mueven una gran parte de la economía local y por este motivo deberían gestionar de manera correcta sus recursos humanos, y tener más conocimiento sobre el marketing, esta última variable ayuda en la productividad de la empresa.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en un informe técnico, se dio a conocer que en el año 2018 disminuyó 6,4% en Lima; en 6.9% en zona rural y 0,1% en zonas urbanas la venta de celulares y teléfonos fijos.

La gran mayoría de empresas no cuentan con una buena gestión de sus recursos humanos ya que sus administradores son los mismos dueños y no cuentan con capacitación para llevar una buena gestión, de igual manera sucede con el marketing, no son llevadas correctamente por personas capacitadas. En nuestra provincia de Satipo la venta de celulares es bastante amplia y con mucha competencia es por ello la gestión de los recursos Humanos debe que ser efectiva de igual manera sucede con el marketing, para que la venta sea mayor y tener buenas ganancias.

De esta manera puedo decir que la empresa “AMERICA MOVIL” es una organización dedicada a la venta de celulares, que no llevan de manera correcta la gestión de los recursos humanos y por ello la atención no es muy aceptable, a falta de una buena capacitación de su personal, la capacitación es de suma importancia porque solo de esa manera el cliente podrá conocer el profesionalismo del vendedor y tendrá mayor seguridad al momento de hacer sus compras y el marketing es una de las áreas que debemos implementar para que los clientes sean fieles a la empresa y tengan más conocimiento para así lograr una mayor venta de los productos.

¿Cómo se relaciona la gestión de recursos humanos con el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo, 2020?

¿De qué manera el proceso administrativo se relaciona con el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo, 2020?

¿De qué manera la habilidad se relaciona con el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo, 2020?

Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.

Determinar la relación entre el proceso administrativo y el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo,2020.

Establecer la relación entre las habilidades y el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo,2020.

La presente investigación se hace con el objetivo de establecer la relación que existe entre la gestión de los recursos humanos y el marketing en las micro y pequeñas empresa (MYPES) de la empresa América móvil S.A.C – Satipo.

Rojas (2016) “conscientes de la importancia que va adquiriendo el uso correcto del sistema planeamiento estratégico sobre todas las entidades públicas de nuestro país”.

Por lo tanto, la presente investigación se realizará porque hay una necesidad de mejora en la gestión de recursos humanos y el marketing en la empresa América Móvil.

Morales (2014) “la justificación metodológica se da cuando un proyecto propone una nueva estrategia o método para un conocimiento confiable y seguro”

En la presente investigación se realizará una encuesta al personal para conocer la realidad de la organización para poder reconocer el problema y obtener una solución a la problemática.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

A continuación, se presentan los antecedentes internacionales:

Hernández (2017). En su tesis titulada “*creación de empresa para comercialización y soporte técnico de teléfonos móviles en la localidad Rafael Uribe Uribe de la ciudad de*

Bogotá Colombia 2017”. En la universidad católica de Colombia para optar el título de ingeniero industrial Teniendo como objetivo general: el desarrollo de un plan de negocio para la venta de celulares. Hiso una encuesta a la población donde arrojaron los siguientes resultados que el 52% determina que los varones son los que más usan estos teléfonos inteligentes y la otra parte son mujeres(48%); También se verifico que los menores de 20(estudiantes) y las amas de casa no tuvieron sus móviles por medio propio sino que otra persona les compro u obsequio; Los teléfonos que requieren mayor mantenimiento según la investigación son el iPhone(30%), Huawei(17) y el Sony(16%); El otro resultado nos dice que la mayoría ase un mantenimiento a su teléfono antes de cumplir un año desde su adquisición; También se pudo identificar los daños más comunes en estos teléfonos inteligentes, su táctil, software, Desplaye y sus cámaras son los que más daño sufren con un 12.60% cada uno y el otro 12.40% son el consumo de batería, conectores, botones y audio cada uno.

Según Torres (2019). En su tesis titulada “*Gestión del Recurso Humano y Desempeño Laboral de los Trabajadores del Servicio de Urología hospital policía nacional del Perú Luis Nicacio Sáenz 2019*” La investigacion tuvo como objetivo Identificar la relación entre la gestión del recurso humano y el desempeño laboral de los trabajadores del Servicio de Urología del Hospital Central Policía Nacional del Perú Luis Nicasio Sáenz 2019. La metodología de la investigacion es de tipo cuantitativa, no experimental, de corte transversal, correlacional y prospectivo. Se consideró a toda la población para el estudio, 50 trabajadores en el servicio de Urología del Hospital Central Policía Nacional del Perú Luis Nicasio Sáenz. La técnica de recolección fue la encuesta. Para el análisis de datos se utilizó la prueba de Correlación de Spearman. Lo cual se obtuvo los siguientes resultados, La edad promedio de los trabajadores fue 40.28 años, el 50% fueron varones y el otro 50%, mujeres; además, el 36% tenía más de 10 años laborando. El 48% de trabajadores percibieron un nivel

regular de la gestión del recurso humano y el 68%, un alto nivel en desempeño laboral; el 44% de los trabajadores percibieron un nivel adecuado en gestión de incorporación, el 68%, un nivel regular en gestión de capacitación; el 56%, un nivel regular en gestión de evaluación y el 54%, un nivel inadecuado en gestión de incentivos. Hubo relación entre la gestión del recurso humano y el desempeño laboral.

A continuación, se presentan los antecedentes Nacionales:

Muñoz (2017). En su tesis titulada “*Gestión de recursos humanos y el desempeño laboral de los trabajadores de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, Lima, 2016*” de la universidad Cesar Vallejo – Perú, para optar el grado de maestría, donde la finalidad del objetivo fue: la determinación si es que existe una relación entre los recursos humanos y el desempeño laboral, la metodología utilizada en la investigación consiste a un nivel correlacional, de un enfoque cuantitativo el instrumento que empleo fue la encuesta lo cual la población estuvo formada por 20 trabajadores en la oficina nacional de los procesos electorales por ello resulto que la población más pequeña fue considerada como censal, la técnica fue muy beneficioso ya que lograron Re coleccionar datos a través de encuestas determinadas, el resultado obtenido fue: 60% de trabajadores considera que es alto los niveles de gestión de recursos humanos, mientras que el 40% lo considera medio, la descripción referente a la dimensión administrativa considero el 65% es alto en cuanto el 30% fue medio y un 5% es bajo, mientras tanto en la dimensión de gestión resulta que 45% es alto, y un 50% considera que es medio, solo el 5% es bajo, en cuanto a dimensión desempeño 60% fue considerado alto mientras que el 35% fue medio, un 5% es bajo, dimensión de recursos humanos el 55% es alta, y el 40% considera que es medio y solo 5% es bajo, Dimensión satisfactoria resulta que el 70 % está de acuerdo y el 25% considero que es regular y tan solo un 5% es alto.

Chávez (2017). En su tesis titulada *“Gestión de recursos humanos y desempeño laboral del personal de enfermería del Hospital Nacional Edgardo Rebagliati Martins – Lima, 2017”* estudio en la universidad Cesar Vallejo-Perú para optar el grado de maestría, como objetivo tuvo que relacionar entre la gestión de recursos humanos y el desempeño laboral de enfermería en el servicio de emergencia en el hospital nacional Edgardo Rebagliati Martins-lima 2017 estudio la metodología hipotético deductivo a nivel correlacional, lo cual la muestra es la población el objetivo y análisis lo constituyeron 110 trabajadores profesionales de enfermería que laboraban en el servicio de emergencia del dicho hospital, como instrumento uso la encuesta de como el resultado de gestión de recursos humanos es el 27,3% es alto mientras el 57,8% es medio y un 20,9% bajo, sobre dimensión de recursos humanos en el mantenimiento de las personas observaron que un 16,36% del personal percibe un nivel bajo en mantenimiento, habiendo un porcentaje de nivel medio con un 38,18% el 45,45% alto en mantenimiento de personas , seguidamente gestión de recursos humanos en el control de las personas, los resultados fue 22,7% es considerado alto, y un 39,1% que es un porcentaje intermedio por lo cual el 38,18% percibe un nivel bajo en la gestión de recursos humanos.

Según Contreras y Guevara (2017). En su tesis titulada *“Gestión de Recursos Humanos y la calidad del servicio educativo en la institución educativa N°7012 Jesús de la misericordia del distrito surquillo en el año 2014”*, cursó en la universidad cesar vallejo – Perú, para optar el grado de Magister, cuyo objetivo fue determinaron la relación que existe entre recursos humanos y la calidad del servicio educativo I:E N.º 7012 “Jesús de la

misericordia del distrito de surquillo durante el año 2014”, la investigación es de tipo básico descriptiva correlacional, con un diseño no experimental, como instrumento uso el cuestionario, la muestra fueron 22 del total de docentes, el 14% de los encuestados indican que la planificación de los recursos humanos es alta en la calidad del servicio educativo, con un nivel coeficiente, y un 14% nos indican que la calidad del servicio educativo es alta cuando la organización de los recursos humanos es regular, apreciando al grado de correlación entre las dos variables determinada.

Según Cárdenas (2021). En su tesis titulada “ *La relación entre el talento humano y el desempeño laboral de los trabajadores del Hospital San Juan de Lurigancho, 2020.*” Tuvo como objetivo general determinar de qué manera la administración del talento humano influye en el desempeño laboral de los trabajadores del Hospital San Juan de Lurigancho en el año 2020, ubicado en la ciudad de Lima. Será de gran utilidad que el hospital posea información relevante que le permita diseñar mejores estrategias para un manejo eficaz del personal que trabaja allí. La hipótesis que se maneja es que la administración del talento humano se relaciona significativamente con el desempeño laboral del personal del Hospital San Juan de Lurigancho. La metodología de la investigación desarrollada es de diseño no experimental, transversal, correlacional. La muestra de la investigación estará compuesta por 140 trabajadores de las distintas áreas del Hospital San Juan de Lurigancho. La técnica a utilizar es la encuesta y tiene como instrumento un cuestionario compuesto de 34 ítems con cinco alternativas de respuesta tipo escala de Likert, que permitirán dar a conocer si la hipótesis planteada es la correcta.

Según Candia (2017), en su tesis titulada “*La Gestión Institucional y la Administración de Recursos Humanos de la Sede Administrativa de la UGEL La Joya -*

2017” de la Universidad Cesar Vallejo para optar el grado Maestra en gestión pública, como objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la gestión institucional y la administración de recursos humanos de los trabajadores de la sede administrativa de la UGEL la Joya en 2017, en la metodología se utilizó el tipo de investigación correlacional y como diseño no experimental, el instrumento realizado fue el cuestionario, por ello la población integrada fue por 90 trabajadores de la UGEL lo cual determinan en la dimensión de comportamiento institucional el 91% muestran un nivel regular, mientras que el 9% un nivel malo. en la dimensión cultura organizacional, el 89% muestran un nivel regular, el 11% un nivel malo, en la dimensión clima institucional, el 87% muestran un nivel regular, el 13% un nivel malo. en la variable evaluada.

A continuación, se presentan los antecedentes Local

Trujillo M. (2018), en su tesis titulada “gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las MYPES del sector comercial, rubro librería, distrito de Satipo, año 2017” de la UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE- PERU, para optar el título profesional de licenciado tiene como objetivo de la investigación ha sido la determinación de calidad bajo el enfoque del marketing se aplicó un cuestionario estructurados lo cual el resultado obtenido en tres varones y mujeres en el rango de 29 a 39 años 66,7% existe presencia de ambos géneros varones 55,6% y en femenino 44,4% la mayoría no tiene instrucción académica son “empíricos” 66,7 % respecto a la empresa, “1 a 4 colaboradores” 66,7% que no están registrada en planilla, el plan de gestión de calidad 77,8% y los que no se capacitaron el 55,6% de la MYPES.

Según Espinal (2017), en su tesis titulada “Gestión de Calidad bajo el enfoque de Marketing, en las MYPES del sector comercial boticas, distrito de Satipo, año 2017” de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Perú , para optar el título profesional de

licenciada, la investigación tuvo como objetivo principal determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de marketing, la metodología de la investigación fue de tipo descriptivo correlacional y de un diseño no experimental, por ello el instrumento aplicado fue el cuestionario que es de tipo cuantitativa estructurado en 23 preguntas a los propietarios de las boticas, obteniendo como resultado los propietarios: se caracterizan por estar en los rangos de edad “joven” de 18 a 28 años (36.4%) y “joven-adulto” de 29 a 39 años (36.4%). Destaca en su mayoría los propietarios de sexo femenino (63,6%); con formación técnica y universitaria (45.5%), respectivamente. Finalmente Más del 50% de las MYPES del sector no cuentan con un Plan de Marketing. Indica que si es importante, pero no tienen capacidad económica por ello prescinden. Y un 72.7% está al tanto de su competencia.

Según Molina y Torres (2017), en su tesis titulada “el marketing con responsabilidad social y su relación con el nivel de ventas en las MYPES del sector comercio en tarma – 2014” cursó en la universidad nacional del centro del Perú, para optar el título licenciado, su objetivo fue determinar la relación que existe entre la aplicación del marketing con la responsabilidad social y el nivel de ventas en la mypes del sector comercio en tarma en el periodo 2014. Para lograr dicho objetivo se hizo un estudio de tipo descriptivo- correlacional y un diseño no experimental, por ello como instrumento obtuvo la muestra probabilística se aplicó un cuestionario con 50 ítems. Los resultados encontrados indican que existe relación positiva del 0.725 entre la aplicación del marketing con responsabilidad social y el nivel de ventas en las Mypes del sector Comercio en Tarma en el periodo 2014. La relación tiene un nivel de significancia menor del 0.05 y el coeficiente de correlación poblacional (prueba t) no es cero por lo que las variables estudiadas están relacionadas. Las estrategias de marketing deben estar direccionados a incorporar valores como la generosidad, la honestidad, la

proactividad, el altruismo y la entrega, al modelo de negocio que aplica, para que sean los motores reales de un aumento de la competitividad y un incremento de las ventas.

Según Trujillo (2017), en su tesis titulada “gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las mypes del sector comercial, rubro librería, distrito de Satipo, año 2017” cursó en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú para optar el título profesional de licenciado, la investigación tuvo como objetivo determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque del marketing en las mypes del sector comercial. se desarrolló bajo la metodología de tipo correlacional y un diseño no experimental, como instrumento se aplico el cuestionario estructurado de 20 preguntas a través de la técnica de encuesta al los propietarios de la empresa obteniéndose como resultado, Respecto al propietario: Edad, destaca que la mayoría están en el rango de 29 a 39 años (66,7%); existe presencia de ambos géneros, masculino (55,6%) y femenino (44,4%); la mayoría no tiene instrucción académica, son “empíricos” (66.7%). Respecto a la empresa: todas las mypes de la investigación están formalizadas, tienen entre “1 a 4 colaboradores” (66,7%) y no están registrados en planilla. La administración no sigue un plan de gestión de calidad (77,8%), El 55,6% de las mypes no ha realizado un estudio situacional FODA. Sin embargo, el 100.0% está al tanto de los pasos de su competencia; el 77,8% establece los precios. El 66,7% son negocios jóvenes en el mercado, que no cumplen con los aspectos laborales de sus colaboradores.

Según Matos (2017), en sus tesis titulada “marketing y el servicio de atención al cliente en la empresa corpora S.R.L, Huancayo en el año 2017” cursó en la Universidad Peruana los Andes para optar el título profesional de licenciado, como objetivo tuvo establecer el nexo entre el marketing y el servicio de atención el tipo de investigación fue de nivel correlacional, y de un diseño no experimental porque las variables no se manipulan el

instrumento que obtuvo fue el cuestionario cuya población estuvo conformada 3,997 lo cual la muestra fue 370 clientes. El índice Rho Spearman en relación al objetivo general nos dice que al 95% de confianza, existe una correlación positiva, el nivel de influencia del marketing relacional en la innovación en servicios en la Consultora en San Pedro Sula es de un 9.3 % y con un nivel de relación positiva débil.

2.2 bases teóricas de la investigación

DEFINICION DE MICROEMPRESA PEQUEÑA, MEDIANA Y GRAN EMPRESA.

Según HERRERA (2011). Indica que son los criterios cuantitativos que se define como la pequeñas y microempresas (MYPEs) son numeros de trabajadores, capitalizacion un activo neto y bruto o inversion de capital como tambien es una combinacion de propiedad y gestion personalizada.

SURGIMIENTO Y SITUACIÓN LEGAL Y SOCIOECONÓMICA DE LAS MICRO Y PEQUEÑO EMPRESAS MYPES

Según AVILA (2011), A partir de la segunda mitad del siglo xx , la reforma agraria y el centralismo de la ciudad de lima se comenzo a intensificar el fenomeno de las migraciones, desempeñaban en oficios que no requerian ningun tipo de estudio asi poco a poco se incremento a pequeños comerciantes, artesanos y otros. Empresas menos de 10 trabajadores y trabajadores independiente no profecionales construyendo un tercio de la poblacion economicamente.

2.2.1 Gestión de recursos humanos

Según Andrade (2018). Nos dice que hoy en día, las personas dentro del ámbito laboral han comenzado a reconocerse como uno de los determinantes en el éxito de las organizaciones, todo lo que tiene que ver con “Gestión de los Recursos Humanos es de gran importancia en los gerentes y dedican sus esfuerzos para identificar, desarrollar y retener a sus mejores talentos”

Según LINARDI & CORTINA (2017), Recursos humanos es un soporte a construirse aquellas compañías que han entendido realmente la importancia de que es el talento humano por ello alcanzaron los objetivos planteados sobre un negocio, y lo más fundamental es que simbolice una organización motivadora e inspiradora para representar a una empresa.

Proceso administrativo

Según Vargas & Zapata (2019). Refiere que es muy importante en las organizaciones ya que se ven confrontadas por distintos cambios, en el que las nuevas tendencias nos hacen asumir grandes retos, por lo que el nuevo consumidor tiene altas expectativas y por ende exigencias cada vez más altas y es donde se crea la necesidad de que las organizaciones tengan que utilizar herramientas que les permita adquirir ventajas competitivas para la organización, mediante el proceso administrativo.

Procesos

según Orellana (2019). Refiere que es una práctica constante de las empresas por mejorar sus procesos productivos en todos los ámbitos, sean estos llevados únicamente por personas, o también entre personas y máquinas.

La evaluación de estos resultados, al igual que en cualquier tipo de control debe tener asociados indicadores de desempeño para no sesgar las decisiones en torno a la eliminación o corrección de un proceso.

Previsión-planeación.

Trata en visualizar el futuro y trazar el programa de acción. que define las condiciones futuras de un proyecto y fija el curso concreto de acción a seguir proyectándose un futuro deseado y los medios efectivos para conseguirlo.

Control

Según Hernández (2020). Nos dice que el "control es una herramienta muy fundamental en una empresa, ya que se efectúa la evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever desviaciones para establecer los medios correctivos necesarias." Por ende nos Permite que las actividades y procesos en las empresas y las organizaciones deben tener control administrativo para garantizar su correcto funcionamiento y eficiencia.

Organizar

Según Thompson (2021). "Es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines. Lo cual también podemos decir que es acto de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos."

Habilidades

Según Muñoz (2019). Nos dice que actualmente las competencias blandas, entre ellas las habilidades sociales, vienen adquiriendo una vital importancia, es decir ampliamente aceptado que estas habilidades son necesarias para tener relaciones positivas con los demás, así como para gozar de un bienestar personal en general. La necesidad de promover el desarrollo de este tipo de habilidades, así como de incluirlas como un objeto específico

Satisfacción

Según Quispe & Terrones (2021). Refiere que la satisfacción del cliente es un tema complejo a tratar, pues en todos los años de su estudio, esta ha ido evolucionando en cuanto a su significado, desde el concepto más pequeño que solo tomaba en cuenta al producto, hasta las definiciones más actuales en donde la satisfacción al cliente comprende un conjunto de elementos más profundos que pretenden explicar por qué los clientes prefieren una organización en vez de otra.

Eficacia

Según Fernández (2021). Nos dice que es una condición previa y por ello prioritaria ante la Eficiencia y (Productividad). “Con Mucha prontitud y Eficacia” por lo que podemos deducir que la competencia básica de un Ejecutivo es la Eficacia, y que si aspiramos a ser mejores ejecutivos necesariamente debemos desarrollar dicha competencia.

Eficiencia

Según Fernández (2021). Refiere que una habilidad en el uso de los medios requeridos para lograr los fines de un objetivo, Por ello se dice que las personas u organizaciones Eficientes son las que logran lo que se proponen haciendo el mejor uso de sus recursos.

2.2.2 Marketing

Según Trujillo (2017) “es un sistema de actividades planeadas, para un negocio con el fin de satisfacer necesidades y tener ingreso mediante tus ventas, así mismo conocer el valor del cliente”

Según Duran (2020). Refiere que es una disciplina que se dedica al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing permite analizar la gestión comercial de las empresas. Tiene como objetivo captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. El marketing ha sido inventado para satisfacer las 25 necesidades del mercado a cambio de obtención de beneficios para las empresas, es una herramienta y es estrictamente necesaria para conseguir el éxito en los mercados a nivel local, regional, e internacional.

Según Monferrer (2013), nos dice que el marketing es sinónimo de publicidad o la comunicación y sobre todo las ventas, el marketing crea necesidades artificiales en gran parte sus decisiones de compra se producen debido a que ejercen sus propias empresas y así concretamente son responsables de marketing.

Valor del cliente

Según Quiroa (2019). Nos dice que toda empresa que espera en un futuro cercano tener un mayor crecimiento y aumentar su participación de mercado, debe esforzarse en conseguir nuevos clientes.

Las empresas que conocen y entienden de mejor manera las necesidades, los intereses y deseos de sus clientes, son capaces de preparar las mejores propuestas de productos para ser entregados al mercado. El marketing que le da prioridad al cliente sabe que sus ofertas de mercado deben lograr el bienestar del cliente y de la sociedad en general.

Según, (HERNÁNDEZ BUADES, 2015), Es determinar entre el valor actual , medido en términos en rentabilidad aportada de tipo predictivo y el valor potencial del ser humano teniendo en cuenta el tiempo estimado.

Objetivos del marketing

Según Colmont & Landaburu (2014). Nos dice que su objetivo principal es lograr ingresos por las ventas lo cual significa un crecimiento en el mercado.

Por ello la primera estrategia es la visión ya que nos ayuda visualizar los análisis realizados, la siguiente vendría a ser misión busca implantar nuevas ideas, propuestas y sobre todo estrategia.

Ingreso por ventas

Según De Jaime (2013). Refiere que son los que generan cuando se facturan los productos y servicios a los clientes ellos transmiten su propiedad y de ahí surge un beneficio económico a la empresa, y por ello incluir los ingresos en su totalidad.

según VASCONEZ (2014), las ventas actualmente se cumple con las fases de un proceso de venta , al no relaizar una gestion adecuada los clientes no dispone de una lista actualizada, el proceso incluye actividades de posventa para que brinda al cliente de una manera efectiva.

Coste por lead (marketing digital)

Bel (2020). Refiere que es un “usuario que ha entregado sus datos a una empresa, como consecuencia, pasa a ser un registro de la base de datos con la que la empresa puede interactuar”.

Según Cangas y Guzmán (2010), marketing digital nos indica que la mayor parte engloba a las actividades que caen bajo el concepto de internet marketing que se utiliza en canales online por ello es importante destacar exclusivamente con online ya sea por mensajes o de diferentes medios, nos habla que a lo largo del tiempo es probable que el marketing digital como sinónimo internet marketing.

Según Colvée (2010), el marketing digital es una adaptación de las características del marketing utilizando las herramientas digitales en el entorno de la web es por tanto un gran método para identificar una forma más eficiente de producir valor al cliente que pueda ser percibido por medio de herramientas digitales útiles para hacer trabajos de venta y etc.

III. HIPÓTESIS

2.2.3 Hipótesis General

La gestión de recursos humanos se relaciona significativamente con el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.

2.2.4 Hipótesis Especifica

El proceso administrativo se relaciona significativamente con el Marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo.

Las habilidades se relacionan significativamente con el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo.

IV. MÉTODOLOGIA

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo correlacional, porque tiene como objetivo medir el grado que existe entre las dos variables.

Sampieri (2011) este tipo de investigación como propósito poder medir el grado de relación que existe entre las variables para poder analizar la vinculación. Estas correlaciones se plasman en hipótesis que son puestas a pruebas.

3.2 Nivel de investigación

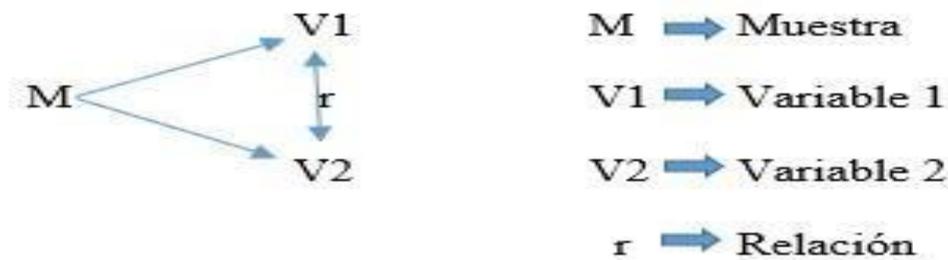
La presente investigación es de tipo cuantitativo, porque en el procesamiento y análisis de datos se utilizará las encuestas mencionadas.

Baptista (2010) “utiliza la el análisis y recolección de información para poder resolver cuestionarios de investigación y poder probar hipótesis que serán establecidas posteriormente”.

3.3 Diseño e investigación

La presente investigación es de un diseño no experimental, porque no se llegó a experimentar con las variables deliberadamente, se observó las variables tal como se encontró dentro de su contexto, siempre estando acorde a la realidad.

Hernández. (2003) que refiere: “la investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente la variable, lo que se hace es observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”.



3.4 El universo y muestra.

Población ò universo

La población está compuesta por trabajadores, personal administrativo.

N=20

Según Tomayo y Tomayo (1997) “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”

Muestra

Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997) nos dice lo siguiente “es el grupo de Individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”.

La presente investigación tendrá como muestra no probabilística e intencional ya que se llegará a la selección del área administrativa y personal de la empresa América Móvil conformada por 10.

3.5 Definición y operacionalización de variables

Variable 1: gestión de recursos humanos

Rodríguez (2002) “es la planeación, organización, dirección y control de procesos de remuneración evaluación y guía del recurso humano necesarios para la empresa, con el fin de la satisfacción del quien recibe el servicio”.

Tabla 1

Dimensiones	Indicadores	Ítem	escala	Nivel o Rangos
	Procesos	1	5=	
Proceso administrativo	Control	1	siempre 4=	
	Organizar	2	casi siempre	
	Eficiencia	2	3=algunas	
habilidades	Satisfacción	2	veces 2=Muy pocas veces	Ordinal
	Eficacia	2	1= Nunca	

Variable 2: marketing

Philip Kotler (2004), “Se define como un proceso social, mediante el cual los grupos obtienen lo que necesitan a través de la creación y el intercambio de un producto”.

Tabla 2

Dimensiones	Indicadores	Ítem	escala	Nivel o Rangos
Marketing	Valor del cliente	2	5= siempre	ordinal
	El ingreso por ventas	1	4= casi siempre	
	Coste por lead	1	3= algunas veces 2= Muy pocas veces 1= Nunca	

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizará la encuesta como técnica para la recolección de datos.

La encuesta

Esta técnica es frecuentemente utilizada para la recolección de datos, ya que permite obtener datos de manera eficaz y rápida.

El instrumento será el cuestionario, este constará de preguntas con respecto a una o más variables.

Cuestionario

Según Aburto (2005) “es un formulario con un listado de preguntas estandarizadas y estructuradas que se han de formular de idéntica manera a todos los encuestados”.

3.7 Plan de análisis

El siguiente plan de análisis será utilizado en la siguiente evaluación.

El conteo: para ello se elaborará una base de datos SPSS para poder ordenar las respuestas de cada instrumento de recolección de datos.

La tabulación: se realiza tablas para poder representar los resultados que se obtendrán de las encuesta.

3.8 Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPOTESIS	VARIABLES e INDICADORES	METODOLOGIA
¿Cómo se relaciona la gestión de recursos humanos con el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo, 2020?	Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.	La gestión de recursos humanos se relaciona significativamente con el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.	Para poder demostrar y comprobar la hipótesis formulada anteriormente, la operacionalizamos determinado variables e indicadores que se mencionan a continuación:	<p><i>Tipos de Investigación</i> Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación correlacional.</p> <p><i>Nivel de Investigación</i> Durante el proceso de investigación para demostrar y comprobar la hipótesis se seguirá el nivel de investigación cuantitativas.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS	VARIABLES	<p><i>Diseño de la Investigación</i> No Experimental.</p> <p><i>Población y Muestra</i> Se ha tomado como universo 20 personas entre trabajadores, clientes y personal administrativo. La muestra será no probabilística entre trabajadores, clientes y personal administrativo directamente involucrados.</p> <p><i>Instrumentos</i> Cuestionario</p>
<p>¿De qué manera el proceso administrativo se relaciona con la gestión de recursos humanos en la empresa América móvil S.A.C – Satipo, 2020?</p> <p>¿De qué manera las habilidades se relacionan con la gestión de recursos humanos en la empresa América móvil S.A.C – Satipo, 2020?</p>	<p>Determinar la relación entre el proceso administrativo y el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo,2020.</p> <p>Establecer la relación entre las habilidades y el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo,2020.</p>	<p>El proceso administrativo se relaciona significativamente con el Marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo.</p> <p>Las habilidades se relacionan significativamente con el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo.</p>	<p>Variable 1 Gestión de recursos humanos <i>Sueldos</i> <i>Tarjeta de control</i></p> <p>Variable 2 Marketing <i>Precio</i> <i>Variedad de productos</i> <i>Comunicación</i></p>	

3.9 Principios éticos

La Universidad (Uladech). “las políticas institucionales, para la investigación lo cual se ha desarrollado y puesto en aplicación principios éticos a considerar por parte del investigador es así que en la presente investigación se han considerado los siguientes principios éticos” **Protección a las personas**. Menciono el principio debido a que se trabajará con personas del entorno de la empresa es por ello, que debemos cuidar su privacidad e identidad, esto quiere decir que los que participan de esta investigación lo harán de manera voluntaria seguidamente **Justicia**. El trato a las personas fue equitativamente y de manera correcta.

En la investigación que se llevó a cabo el trato a la persona es muy fundamental ya que es el principio cuando tratamos con las personas de nuestro entorno. **consentimiento informado y expreso**. Las personas que han apoyado en la ejecución de la investigación proporcionando información básica y fundamental, ha participado de manera libre y voluntaria. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución (N°0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021).

V. RESULTADOS

RESULTADOS DESCRIPTIVOS

Recursos Humanos

Tabla 1

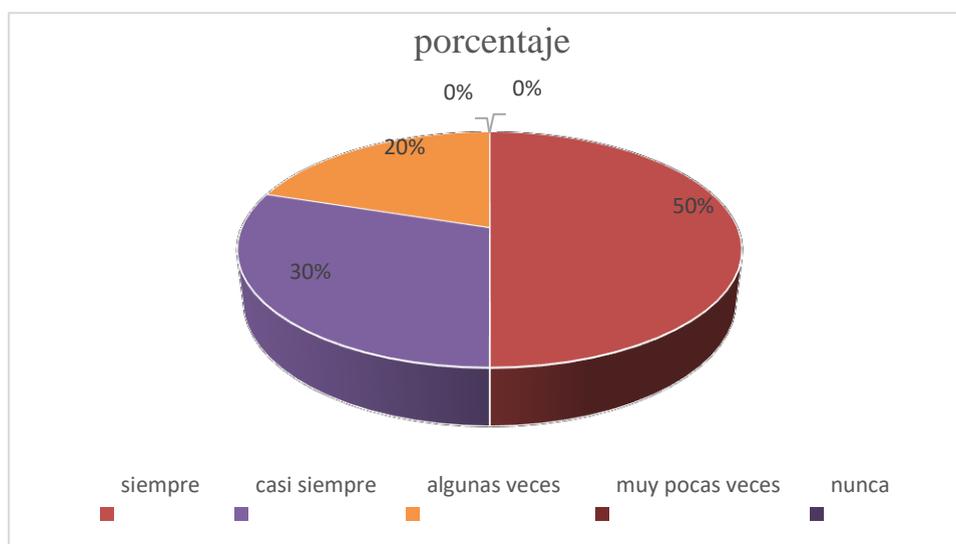
Distribución de frecuencia de la existencia de un buen proceso administrativo en la empresa

Categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	5	50%	50%
casi siempre	3	30%	80%
algunas veces	2	20%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 1

Existencia de un buen proceso administrativo en la empresa



INTERPRETACIÓN: según la tabla 1 y la figura 1 referente a la pregunta el buen proceso administrativo de la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 50% dijo que si hay un buen proceso administrativo, y el 30% de los trabajadores dijo que casi siempre hay un buen proceso administrativo, y un 20% algunas veces le falta el proceso administrativo.

Por ello los trabajadores consideraron que le falta un buen proceso administrativo a la empresa.

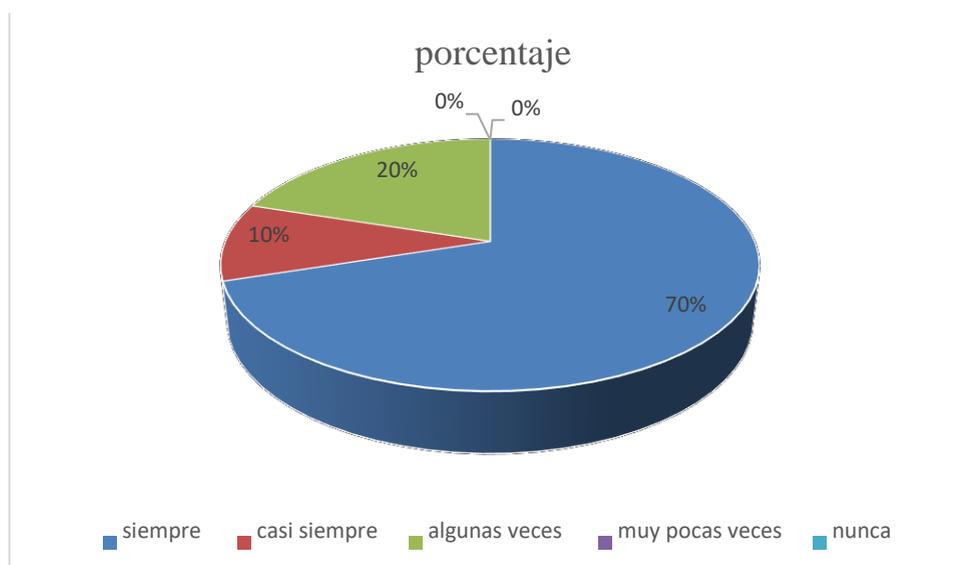
Tabla 2
Distribución de frecuencia de la organización correcta del proceso de ventas

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	7	70%	70%
casi siempre	1	10%	80%
algunas veces	2	20%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 2

Organización correcta del proceso de ventas



INTERPRETACIÓN: según la tabla 2 y la figura 2 referente a la pregunta que si

organiza de manera correcta el proceso de venta en la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 70% dijo que si se organiza de manera correcta un buen proceso de ventas en la empresa , y el 10% de los trabajadores dijo que casi siempre se organiza de manera correcta el proceso de ventas, y un 20% algunas veces no cumplen de manera correcta la organización de un buen proceso de ventas.

Por ello los trabajadores consideraron que no es eficiente la manera correcta en la organización del proceso de venta.

Tabla 3

Distribución de frecuencia de la tenencia de un buen proceso de venta

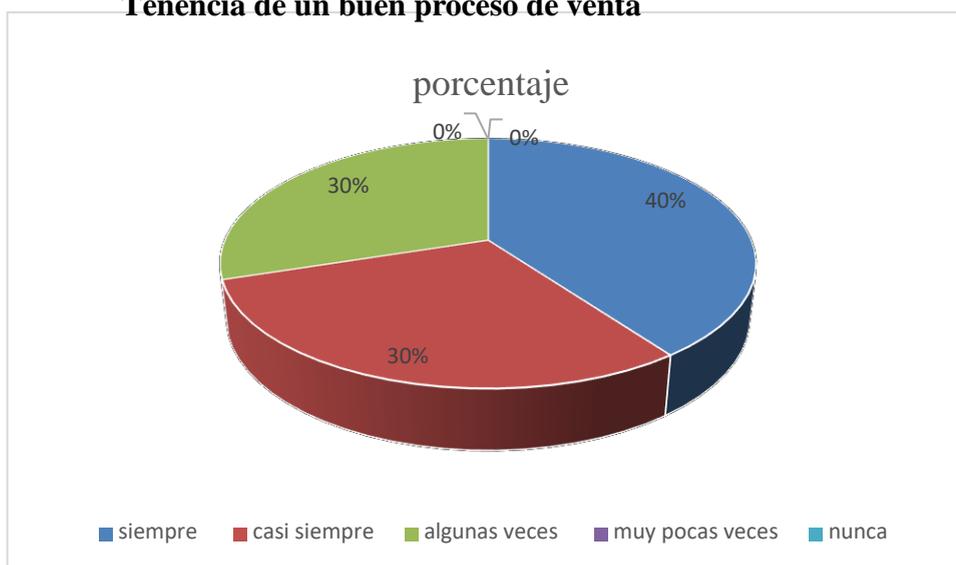
Categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	4	40%	40%
casi siempre	3	30%	70%

algunas veces	3	30%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
<hr/>			
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 3

Tenencia de un buen proceso de venta



INTERPRETACIÓN: según la tabla 3 y la figura 3 referente a la pregunta el buen proceso de venta en la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 40 % dijo que si hay un buen proceso de venta, y el 30% de los trabajadores dijo que casi siempre hay un buen proceso de venta, y un 30% algunas veces, falta el proceso de ventas.

Por ello los trabajadores consideraron que le falta un buen proceso de venta en la empresa.

Tabla 4

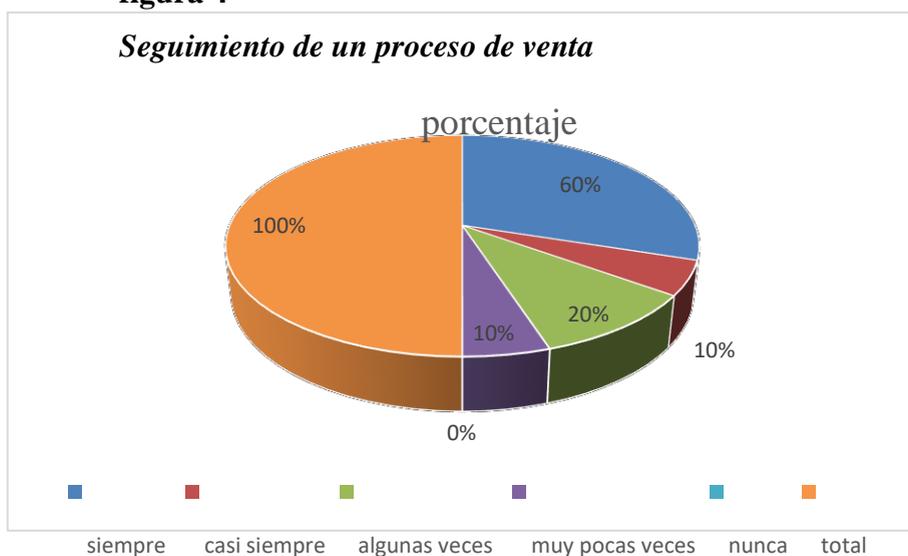
Distribución de frecuencia del seguimiento de un proceso de venta

categoría	frecuencia	porcentaje
-----------	------------	------------

			porcentaje acumulado
Siempre	6	60%	60%
casi siempre	1	10%	70%
algunas veces	2	20%	90%
muy pocas veces	1	10%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 4



INTERPRETACIÓN: según la tabla 4 y la figura 4 referente a la pregunta que si siguen las etapas de un buen proceso de venta en la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 60 % dijo que si siguen las etapas del proceso de venta, y el 10% de los trabajadores dijo que casi siempre siguen las etapas del proceso de venta, y un 20% algunas veces, falta el proceso de ventas y el 10% muy pocas veces siguen las etapas.

Por ello los trabajadores consideraron que le falta seguir la etapas de un proceso de venta en la empresa.

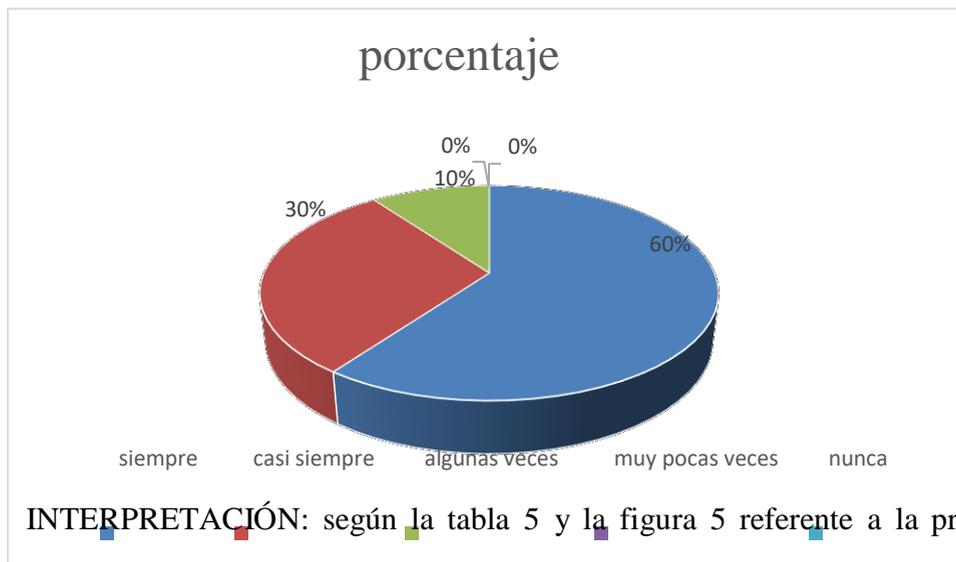
Tabla 5
Distribución de frecuencia sobre la necesidad del control de personal en la empresa

Categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	6	60%	60%
casi siempre	3	30%	90%
algunas veces	1	10%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 5

Necesidad del control de personal en la empresa



Por ello los trabajadores consideraron si es necesario el control del personal en la empresa.

Tabla 6

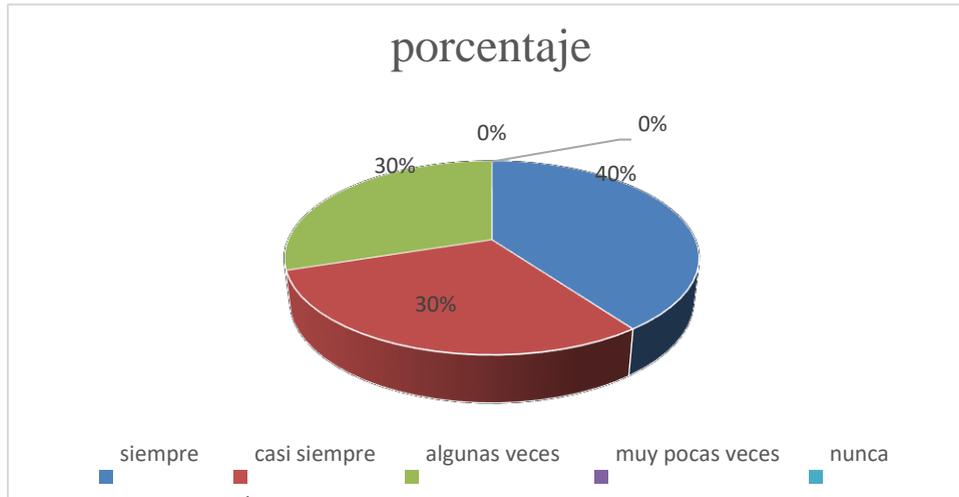
Distribución de frecuencia sobre la existencia de una buena organización en la empresa

categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	4	40%	40%
casi siempre	3	30%	70%
algunas veces	3	30%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 6

Existencia de una buena organización en la empresa



INTERPRETACIÓN: según la tabla 6 y la figura 6 referente a la pregunta que si existe una buena organización en la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 40 % dijo que si existe una buena organización , y el 30% de los trabajadores dijo que casi, hay organización y un 30% de los trabajadores dijo algunas veces, hay una buena organización.

Por ello los trabajadores consideraron que no hay una buena organización en la empresa.

Tabla 7

Distribución de frecuencia sobre si la mala organización afecta a la empresa

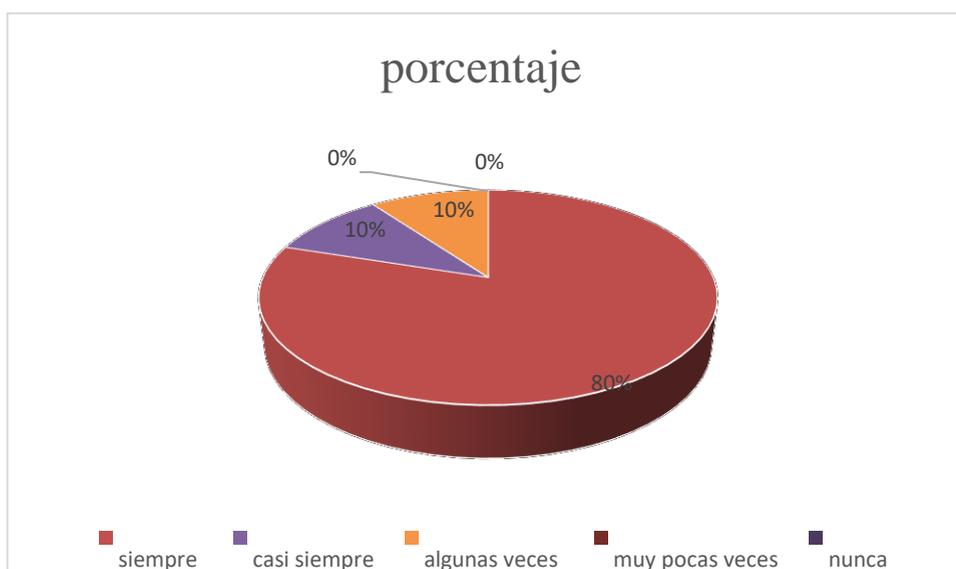
categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	8	80%	80%
casi siempre	1	10%	90%
algunas veces	1	10%	100%

muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 7

La mala organización afecta a la empresa



INTERPRETACIÓN: según la tabla 7 y la figura 7 referente a la pregunta es que si la mala organización afecta a la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 80 % dijo que siempre afecta a la empresa, y el 10% de los trabajadores dijo que casi siempre afecta a la empresa , y un 10% de los encuestados dijo que algunas veces afecta la mala organización que hay en la empresa.

Por ello los trabajadores consideraron que si algún momento hay una mala organización si afectara a la empresa.

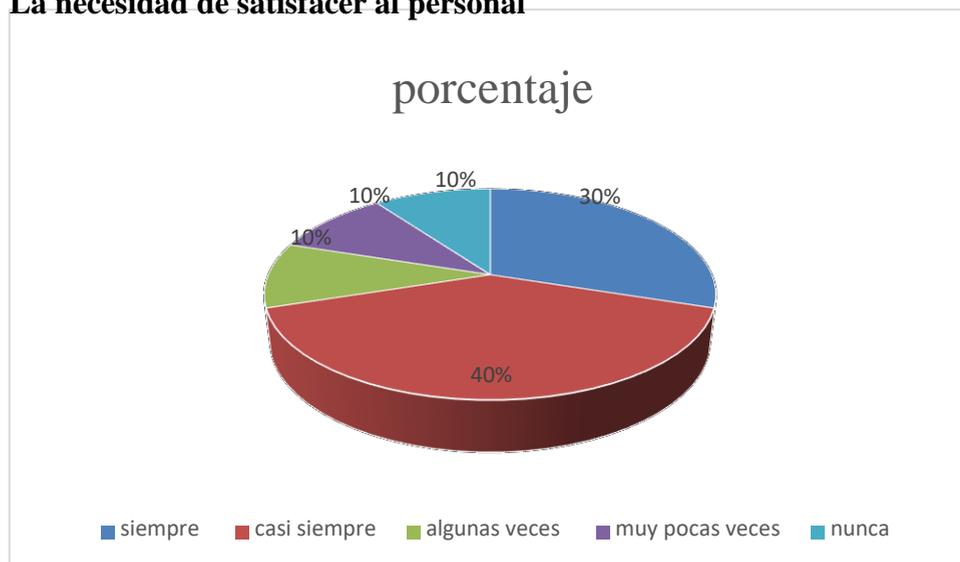
Tabla 8

Distribución de frecuencia sobre la necesidad de satisfacer al personal

categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	3	30%	30%
casi siempre	4	40%	70%
algunas veces	1	10%	80%
muy pocas veces	1	10%	90%
nunca	1	10%	100%
total	10	100%	

figura 8

La necesidad de satisfacer al personal



INTERPRETACIÓN: Según la tabla 8 y la figura 8 referente a la pregunta es la satisfacción del personal en la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 30 % dijo siempre hay satisfacción al personal, y el 40% de los trabajadores dijo que casi siempre, hay satisfacción del personal y un 10% dijeron que si le hace falta la satisfacción, y un 10% muy pocas veces le hace falta la satisfacción, y un 10% dijeron que nunca le hace falta la satisfacción al personal.

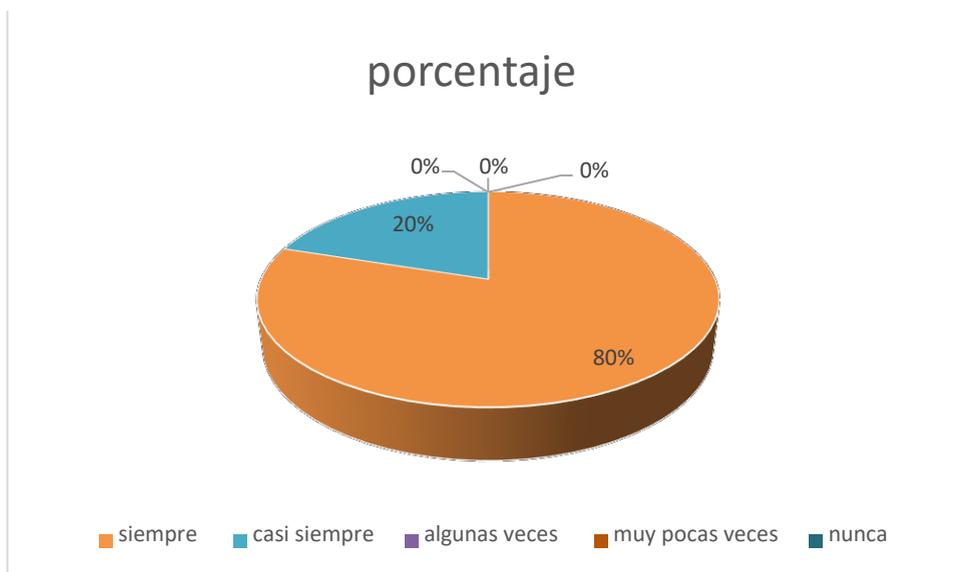
Por ello los trabajadores consideraron si hay falta de satisfacción al personal en la empresa.

Tabla 9
Distribución de frecuencia si se debe premiar las habilidades del personal

categoría	Frecuencia	Porcentaje	orcentaje cumulado
siempre	8	80%	80%
casi siempre	2	20%	100%
algunas veces	0	0%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
nunca	0	0%	100%
total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 9
Se debe premiar las habilidades del personal



INTERPRETACIÓN: según la tabla 9 y la figura 9 referente a la pregunta es si debe de premiar las habilidades de sus trabajadores en la empresa, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 80 % dijo que siempre debe de premiar las

habilidades y el 20% de los trabajadores dijo que casi siempre debe de premiar a los trabajadores.

Por ello los trabajadores consideraron que si se debe de premiar las habilidades a los trabajadores.

Tabla 10

Distribución de frecuencia sobre si la empresa satisface al personal de trabajado

categoria	Frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	3	30%	30%
casi siempre	3	30%	60%
algunas veces	3	30%	90%
muy pocas veces	1	10%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 10

La empresa satisface al personal de trabajado



INTERPRETACIÓN: según la tabla 10 y la figura 10 referente a la pregunta es que si la empresa satisface a los trabajadores , por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 30 % dijo que siempre satisface al personal, y el 30% de los trabajadores dijo que casi siempre hay satisfacción al personal, y un 30% algunas veces, satisface al personal y un 10% muy pocas veces cumplen en satisfacer al trabajador.

Por ello los trabajadores consideraron que hay poca satisfacción al personal.

Tabla 11

Distribución de frecuencia sobre la eficacia de trabajo en la empresa

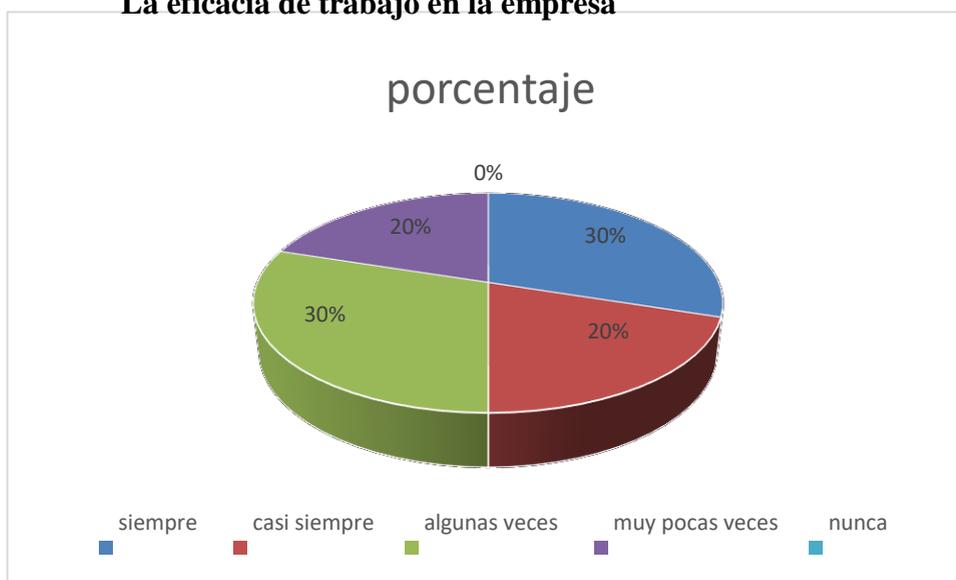
categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	3	30%	30%
casi siempre	2	20%	50%

algunas veces	3	30%	80%
muy pocas veces	2	20%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 11

La eficacia de trabajo en la empresa



INTERPRETACIÓN: según la tabla 11 y la figura 11 referente a la pregunta que si la empresa trabaja de manera, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 30 % dijo que siempre trabaja de manera eficaz, y el 20% de los trabajadores dijo que casi siempre trabajan con eficaz, y un 30% algunas veces, Y un 20% dijeron que muy pocas veces trabajan con eficaz.

Por ello los trabajadores consideraron que no trabajan con eficacia.

Tabla 12

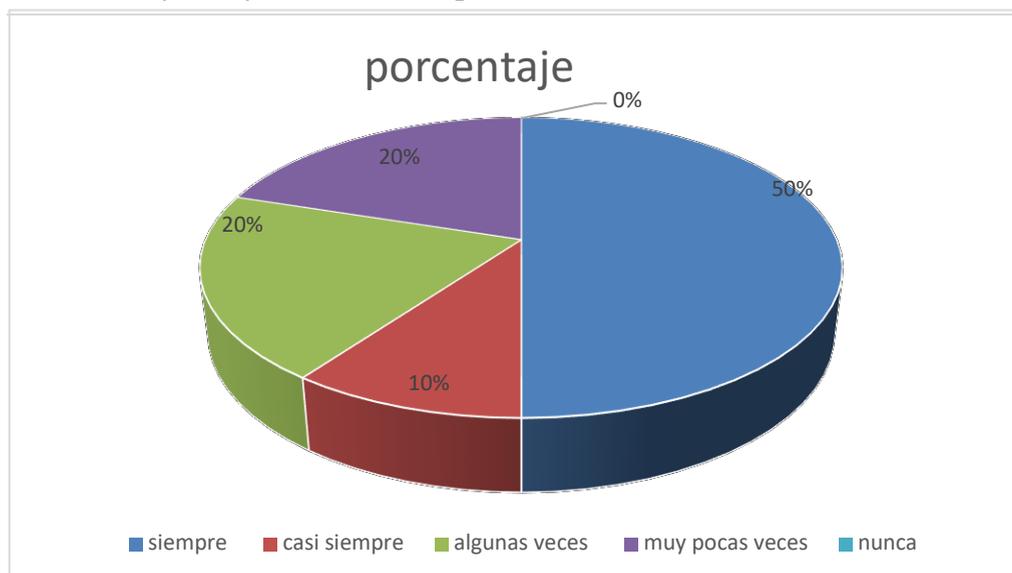
Distribucion de frecuencia sobre la falta eficacia en la empresa

categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
-----------	------------	------------	----------------------

siempre	5	50%	50%
casi siempre	1	10%	60%
algunas veces	2	20%	80%
muy pocas veces	2	20%	100%
nunca	0	0%	100%
total	10	100%	

figura 12

La falta eficacia en la empresa



INTERPRETACIÓN: según la tabla 12 y la figura 12 referente a la pregunta, es que si la empresa requiere eficacia, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 50 % dijo que siempre requiere eficacia y el 10% de los trabajadores dijo que casi siempre trabajan con eficacia, y un 20% algunas veces trabajan con eficacia y un 20% dijeron que muy pocas veces trabajan con eficacia.

Por ello los trabajadores consideraron que requieren mas eficacia en la empresa.

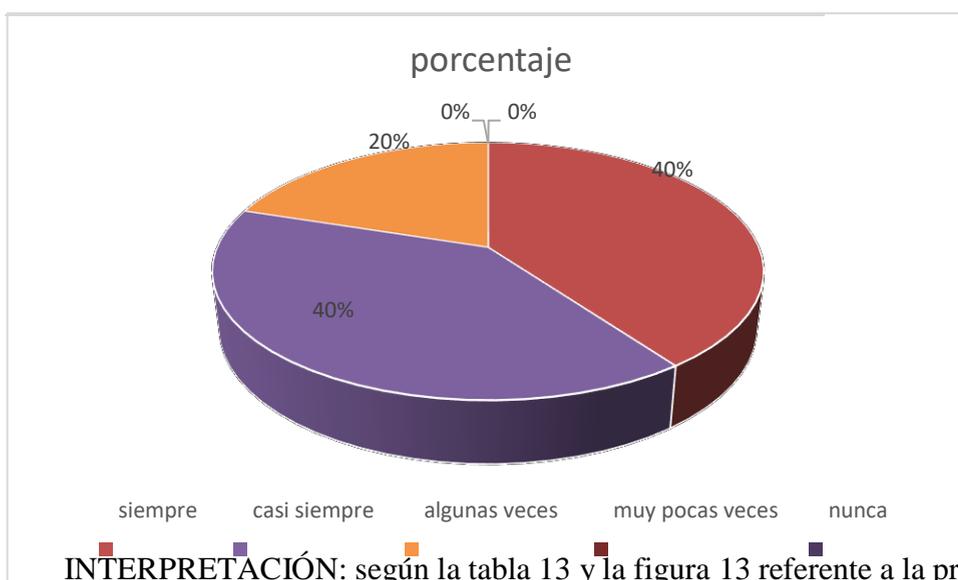
Tabla 13

Distribucion de frecuencia sobre la eficiencia del sistema de la empresa

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
-----------	------------	------------	----------------------

siempre	4	40%	40%
casi siempre	4	40%	80%
algunas veces	2	20%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
nunca	0	0%	100%
total	10	100%	

figura 13
La eficiencia del sistema de la empresa



INTERPRETACIÓN: según la tabla 13 y la figura 13 referente a la pregunta sobre

el sistema económico de la empresa es eficiente, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 40 % dijo que siempre el sistema económico es eficiente y el 40% de los trabajadores dijo que casi siempre es eficiente su sistema económico y un 20% algunas veces son eficientes.

Por ello los trabajadores consideraron que su sistema económico no es muy eficiente.

Tabla 14

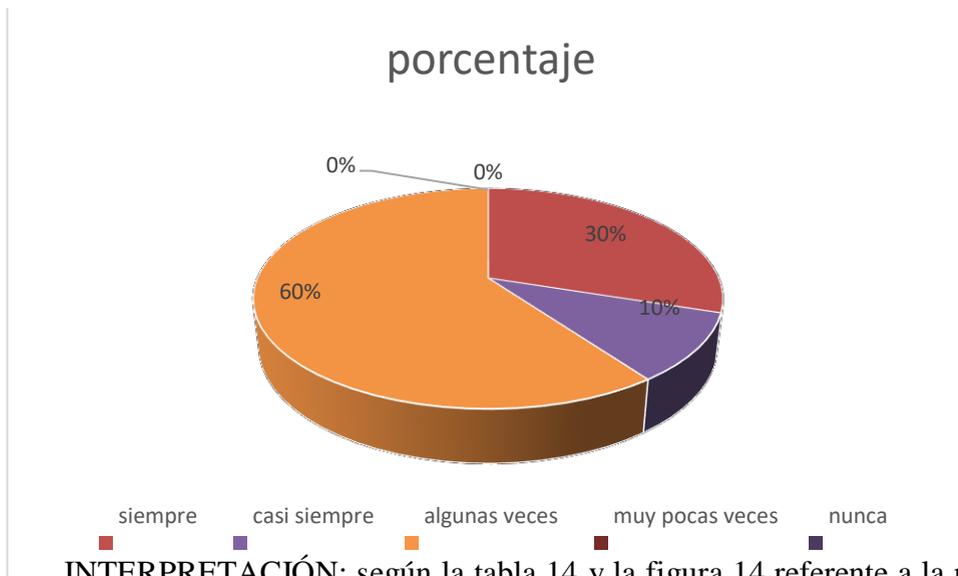
Distribucion de frecuencia sobre la necesidad de eficiencia en la empresa

Categoría	frecuencia	Porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	3	30%	30%
casi siempre	1	10%	40%
algunas veces	6	60%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 14

Necesidad de eficiencia en la empresa



INTERPRETACIÓN: según la tabla 14 y la figura 14 referente a la pregunta que si es necesario la eficiencia, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 30 % opina que siempre es necesario la eficiencia y el 10% de los trabajadores dijo

que casi siempre es necesario la eficiencia y un 60% dijeron algunas veces es necesario la eficiencia

Por ello los trabajadores consideraron que no es necesario la eficiencia.

Tabla 15
Distribucion de frecuencia sobre el conocimiento de la empresa sobre el valor del cliente

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	6	60%	60%
casi siempre	4	40%	100%
algunas veces	0	0%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
nunca	0	0%	100%
total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 15
Conocimiento de la empresa sobre el valor del cliente



INTERPRETACIÓN: según la tabla 15 y la figura 15 referente a la pregunta si conocen el valor del cliente, por ello se obtuvo los siguientes resultados seguidamente el 60 % dijo que siempre conocen el valor del cliente y el 40% de los trabajadores casi siempre conocen el valor del cliente.

Por ello los trabajadores consideraron que pocos conocen el valor del cliente.

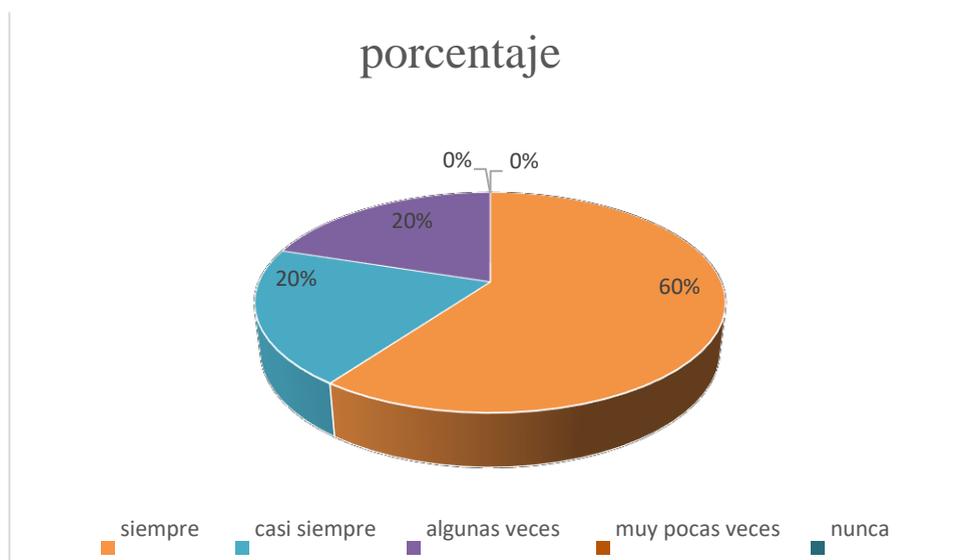
Tabla 16
Distribucion de frecuencia la importancia del valor del cliente para la empresa

categoria	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
siempre	6	60%	60%
casi siempre	2	20%	80%
algunas veces	2	20%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 16

Importancia del valor del cliente para la empresa



INTERPRETACION: Según la tabla 16 y el grafico 16 referente a la pregunta sobre la importancia del valor del cliente, se obtuvo los siguientes resultados, el 60% dijo que siempre considera se considera importante el valor del cliente, el 20% dijo casi siempre se considera importante el valor del cliente y el 20% dijo algunas veces.

Poe ello los trabajadores consideran que si es importante el valor del cliente.

Tabla 17

Distribucion de frecuencia sobre la imagen que se llevan los clientes de la empresa

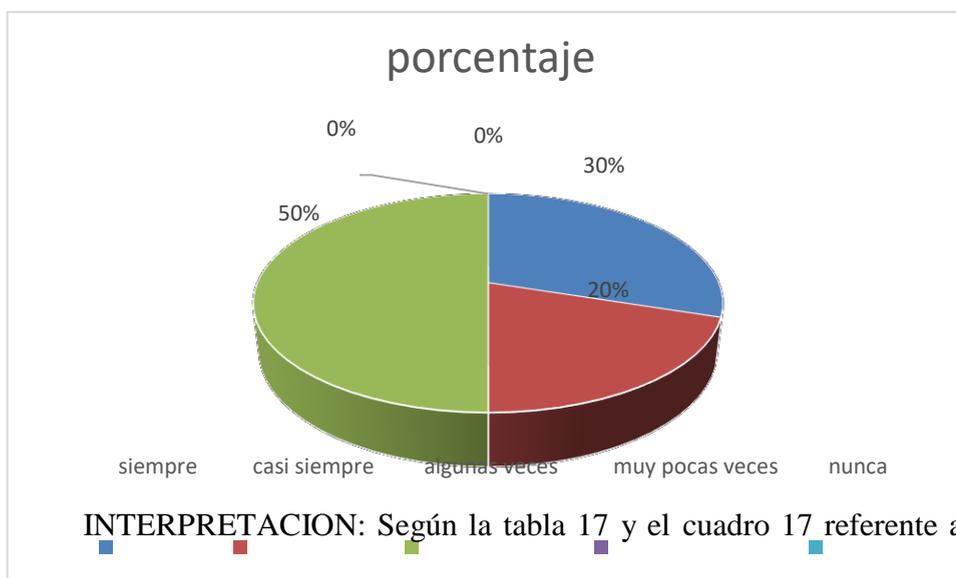
categoria	Frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	3	30%	30%
casi siempre	2	20%	50%
algunas veces	5	50%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%

Total	10	100%
-------	----	------

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 17

La imagen que se llevan los clientes de la empresa



INTERPRETACION: Según la tabla 17 y el cuadro 17 referente a la pregunta

sobre a la imagen que se llevan los clientes de la empresa, se obtuvo los siguientes resultados, el 30% dijo que siempre se llevan una buena imagen de la empresa, el 20% dijo que casi siempre los clientes se llevan una buena imagen y el 50% dijo que algunas veces.

Por ello los trabajadores de la empresa consideran que algunas veces se llevan una buena imagen.

Tabla 18

Distribucion de frecuencia si los ingresos de la empresa cumplen con las expectativas de la empresa

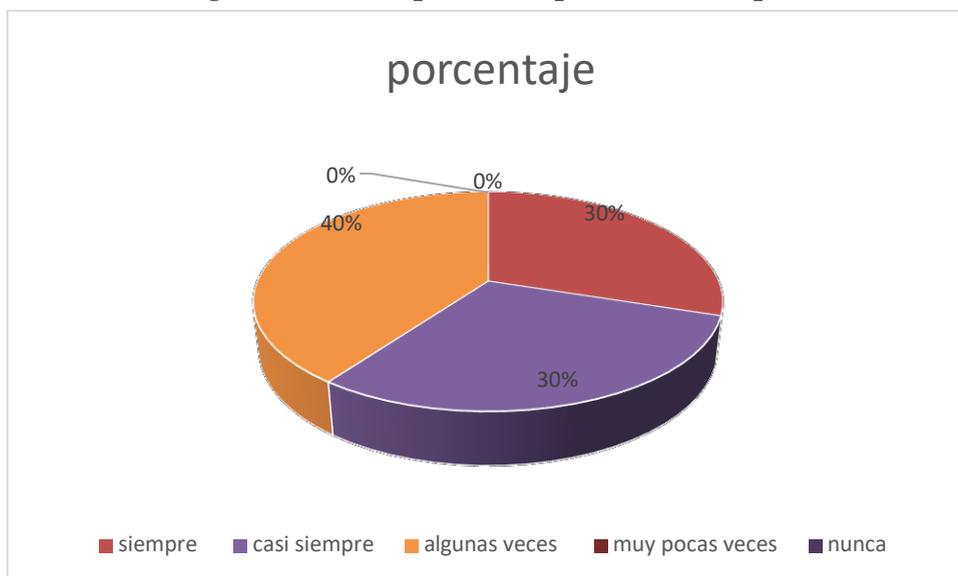
categoría	frecuencia	porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	3	30%	30%

casi siempre	3	30%	60%
algunas veces	4	40%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	<hr/> 100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 18

Los ingresos de la empresa cumplen con las expectativas de la empresa



INTERPRETACIÓN: Según la tabla 18 y la figura 18 referente a la pregunta sobre si considera si los ingresos de la empresa cumplen con las expectativas, se obtuvieron los siguientes resultados, el 30% dijo que siempre se cumplen las expectativas, el 30% dijo que casi siempre se cumplen con las expectativas y el 40% dijo algunas veces.

Por ello los trabajadores de la empresa considera que si se cumple con las expectativas.

Tabla 19

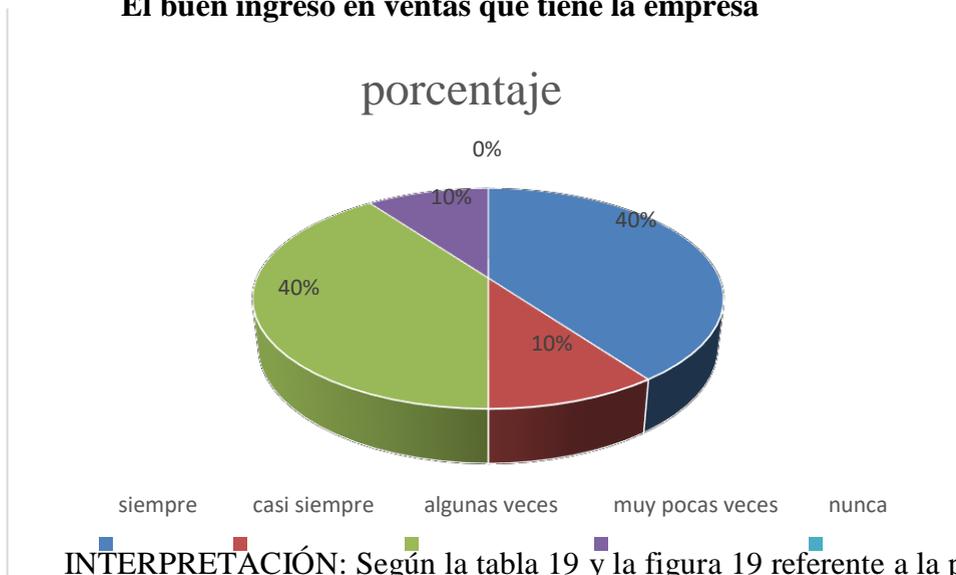
Distribucion de frecuencia sobre el buen ingreso en ventas que tiene la empresa

categoria	Frecuencia	Porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	4	40%	40%
casi siempre	1	10%	50%
algunas veces	4	40%	90%
muy pocas veces	1	10%	100%
Nunca	0	0%	100%
Total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 19

El buen ingreso en ventas que tiene la empresa



empresa tiene un buen ingreso de ventas, se obtuvo los siguientes resultados, el 40% dijo que siempre tiene un buen ingreso de ventas, el 10% dijo casi siempre tiene un buen ingreso en ventas, el 40% dijo algunas veces, el 10% dijo muy pocas veces.

Por ello los trabajadores de la empresa consideran que si tienen un buen ingreso en ventas.

Tabla 20

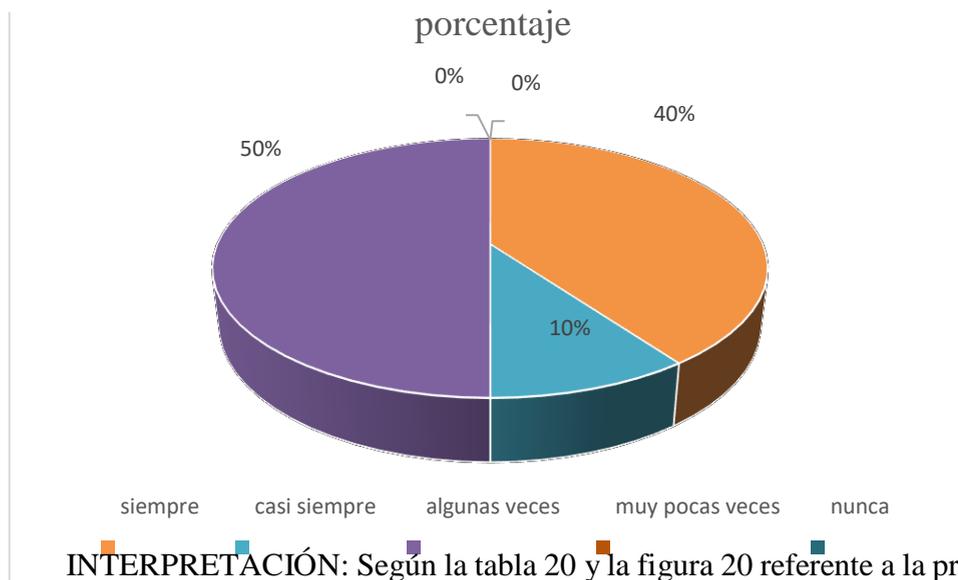
Distribucion de frecuencia sobre la importancia del coste lead en la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	porcentaje acumulado
Siempre	4	40%	40%
casi siempre	1	10%	50%
algunas veces	5	50%	100%
muy pocas veces	0	0%	100%
nunca	0	0%	100%
total	10	100%	

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la Empresa América Móvil S.A.C

figura 20

La importancia del coste lead en la empresa



INTERPRETACIÓN: Según la tabla 20 y la figura 20 referente a la pregunta si se

considera importante el coste lead, se obtuvo los siguientes resultados, el 40% dijo que

siempre se considera importante el coste led, el 10% dijo que casi siempre y el 50% dijo algunas veces. Por ello los trabajadores de la empresa consideran que algunas veces es importante el coste led.

RESULTADOS INFERENCIALES

Para poder conocer el grado de relación, tomaremos un margen que ha sido planteado para la correlación de r de Pearson y este detalla de la siguiente manera:

Tabla 21

Significancia del coeficiente de correlación.

SIGNIFICANCIA DEL COEFICIENTE DE CORRELACION	
Margen	Interpretación
1.00 – 0.81	Correlación positiva perfecta
0.80 – 0.61	Correlación positiva muy fuerte
0.60 – 0.41	Correlación positiva fuerte
0.40 – 0.21	Correlación positiva moderada
0.20 – 0.01	Correlación positiva frágil
0.00	Correlación no existente

Hipótesis general

Ha: La relación de los recursos humanos y el marketing es significativa, caso empresa: América Móvil S.A.C – Satipo, 2020.

Ho: La relación del proceso administrativo y el marketing no es significativa, caso empresa: América Móvil S.A.C – Satipo, 2020.

A continuación procedemos a analizar el cuadro que nos muestra el grado de correlación:

Tabla 22

Correlación entre las variables V1 recursos humanos y V2 marketing

		V1	V2
V1	Correlación de Pearson	1	,741*
	Sig. (bilateral)		,014
	N	10	10
V2	Correlación de Pearson	,741*	1
	Sig. (bilateral)	,014	
	N	10	10

Nota: Datos tomados de la medición Pearson, La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

INTERPRETACION: En la tablas 22 se observa la significancia que es de $P=0,014$ en la correlación entre la V1 recursos humanos y la variable 2 Marketing, Determinando que existe una relación significativa entre ambas variables.

Prueba de hipótesis general

Según la investigación se determinó a través de la significancia el porcentaje de error de 0,014%. De este modo el error se encuentra por debajo del 5% (0.05), por lo tanto, se afirma que si existe una relación positiva muy fuerte entre ambas variables, aceptando la hipótesis H_a planteada por el investigador.

Planteamiento de objetivo general

Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.

Respuesta al objetivo general

Se conoció la existencia de un margen de error de 1,4% lo cual se encuentra por debajo del 5% demostrando que la hipótesis y afirmando la relación positiva que se encuentra entre ambas variables de la investigación.

Posteriormente se observó el resultado del coeficiente $r = 0,741$ que cuantifica la relación de las variables recursos humanos y marketing, determinando que las variables se relacionan positiva con una intensidad muy fuerte entre recursos humanos y marketing.

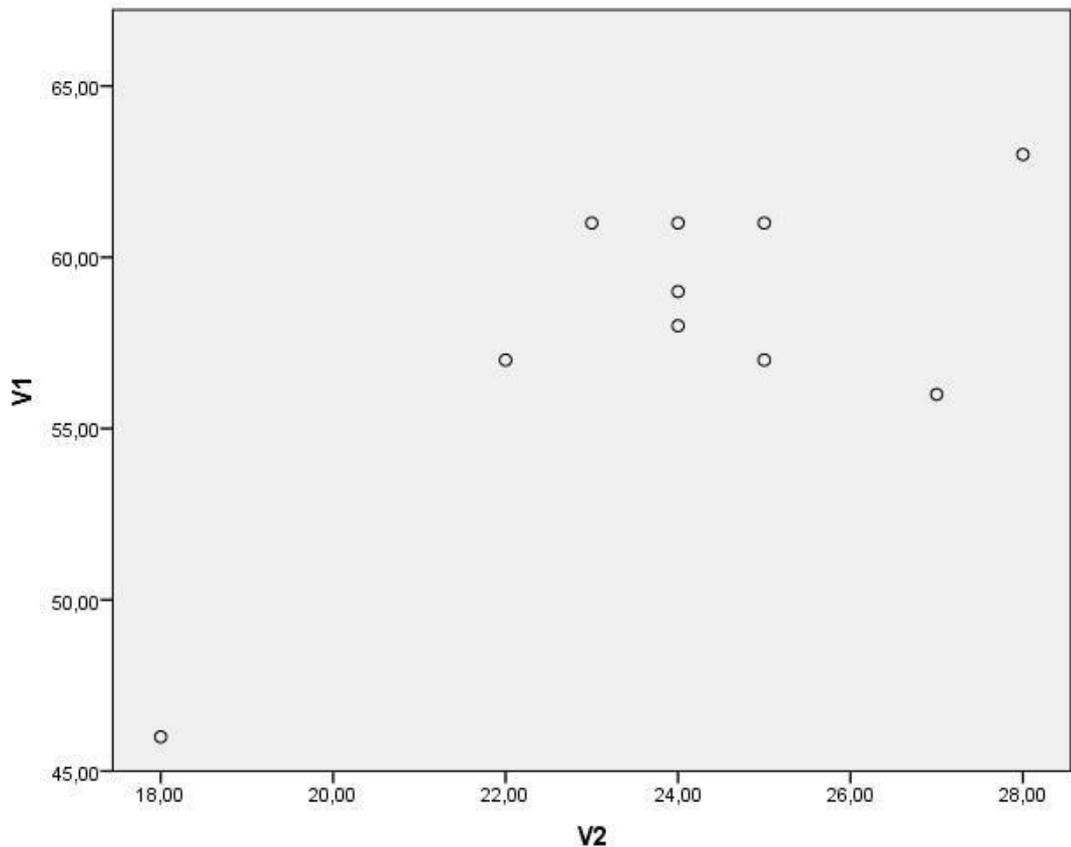


Figura 21. Medida de dispersión de la V1 y V2

Hipótesis específica 01:

Ha: La relación del proceso administrativo y el marketing es significativa en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

Ho: La relación del proceso administrativo y el marketing no es significativa en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

A continuación procederemos analizar el cuadro que nos muestra el grado de correlación:

Tabla 23

Correlación entre la D1 proceso administrativo y V2 marketing

		D1	V2
D1	Correlación de Pearson	1	,777**
	Sig. (bilateral)		,008
	N	10	10
V2	Correlación de Pearson	,777**	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	10	10

Nota: Datos tomados de la medición Pearson, correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

INTERPRETACION: En la tabla 23 se observa el valor de significancia de $P=0,008$ en la relación entre la dimensión proceso administrativo y la variable marketing determinando que existe una relación significativa entre estas.

Prueba de hipótesis específica 01

Según la investigación se pudo determinar el porcentaje de error del 0,8%. De tal modo se midió que la probabilidad de error se encuentra por debajo del 5% confirmando que existe una relación positiva muy fuerte entre la D1 y la V2, por lo tanto, se acepta la Ha planteada por el investigador.

Planteamiento del objetivo específico 01

Determinar la relación entre el proceso administrativo y el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo,2020.

Respuesta del objetivo específico 01

Se definió la existencia de un error del 0,8% lo cual se encuentra por debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando la relación positiva que se encontró entre la D1 y la V2.

Para finalizar, se observa el resultado del coeficiente $r = 0,777$ que cuantifica la relación, concluyendo que la D1 y la V2 se relacionan positiva con una intensidad muy fuerte.

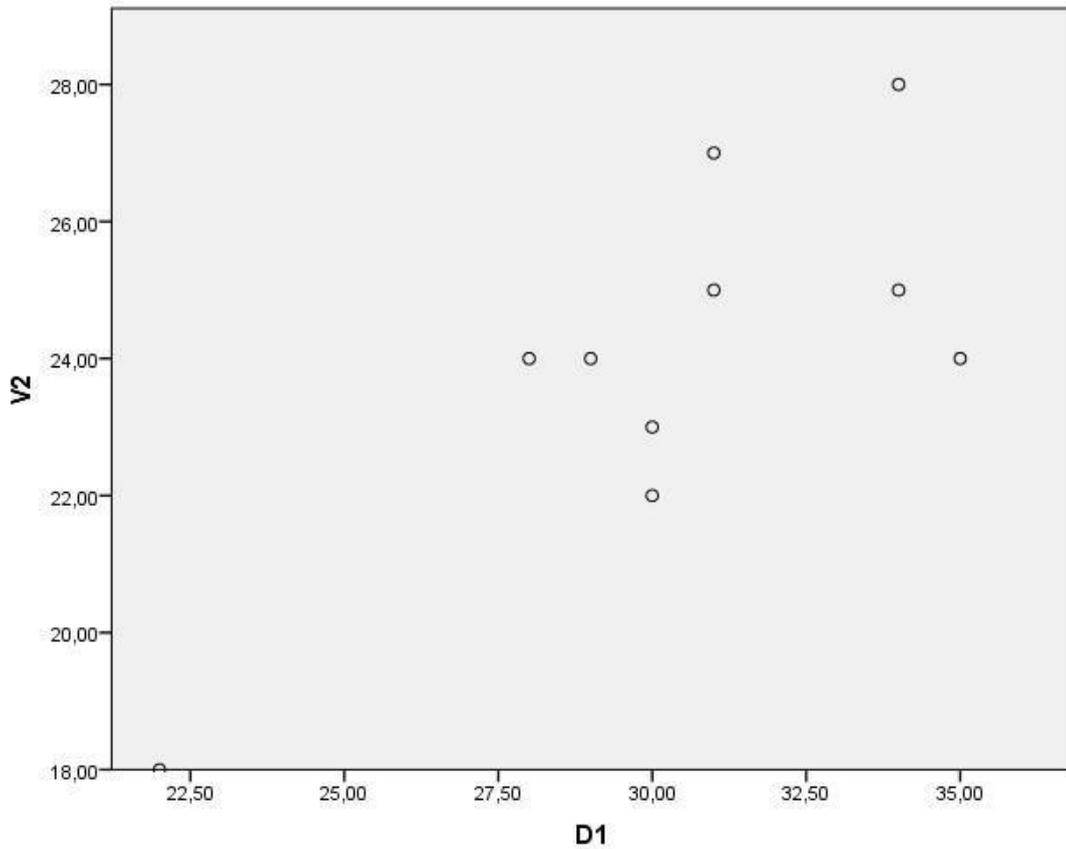


figura 22. Medida de dispersión de la D1 y la V2

Hipótesis específica 02:

Ha: La relación de habilidades y marketing es significativa en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

Ho: La relación de habilidades y marketing no es significativa en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

A continuación procederemos analizar el cuadro que nos muestra el grado de correlación:

Tabla 24

Correlación entre la D2 habilidades y la V2 marketing

		V2	D2
V2	Correlación de Pearson	1	,251
	Sig. (bilateral)		,484
	N	10	10
D2	Correlación de Pearson	,251	1
	Sig. (bilateral)	,484	
	N	10	10

Nota. Datos tomados de la medición Pearson.

INTERPRETACION: En la tabla 24 se puede observar el valor de la significancia $P=0,484$ en la relación entre la D2 y la V2, determinando que existe una relación moderada entre habilidades y marketing.

Prueba de hipótesis específica 02

De acuerdo a la investigación se pudo determinar a través de la significancia el error del 0,484. Por lo tanto existe una correlación positiva moderada entre la D2 habilidades y la V2 marketing. Por lo tanto, se acepta la hipótesis H_a planteada por el investigador.

Planteamiento del objetivo específico 02

Establecer la relación entre las habilidades y el marketing en la empresa América móvil S.A.C – Satipo,2020.

Respuesta al objetivo específico 02

Se ha definido la existencia de un margen de error de del 48.4% el cual se encuentra por encima del 5%, determinando la relación positiva moderada que existe entre la D2 y la V2.

Finalmente se observa el resultado del coeficiente $r = 0,251$ que cuantifico la relación entre Habilidades (D2) y marketing (V2), concluyendo que la D2 y la V2 se relacionan de manera positiva con una intensidad moderada.

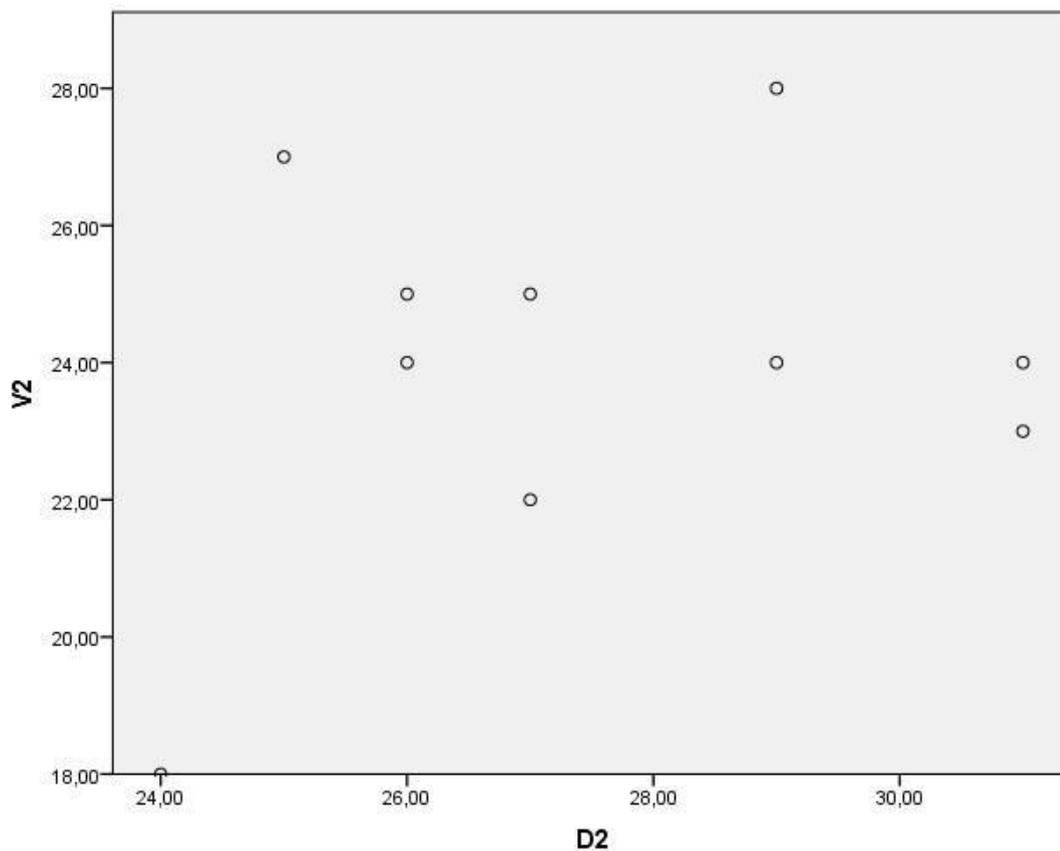


figura 23. Medida de dispersión de la D2 y V2.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

SEGÚN LA HIPÓTESIS GENERAL

Según el valor $P=0,014$ que nos permite determinar que el valor del error es 1,4% y confirmar que existe una relación entre la variable recursos humanos y marketing en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

Se concluye que existe una relación entre los recursos humanos y marketing con un coeficiente de $r = 0,741$. Resolviendo que en comparación con Muñoz (2017) en su tesis *“Gestión de recursos humanos y el desempeño laboral de los trabajadores de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, Lima, 2016”*, determino que el 60% de los trabajadores encuestados creen que existe una relación de alto nivel, de este modo podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva con una intensidad muy fuerte.

De tal modo, en comparación con la tesis de *“Gestión de recursos humanos y desempeño laboral del personal de enfermería del Hospital Nacional Edgardo Rebagliati Martins – Lima, 2017”*, nos menciona que es de un nivel alto la gestión de recursos humanos con un 27,3%, concluyendo la importancia de los recursos humanos en función al marketing en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

CON RESPECTO A LA HIPOTESIS ESPECIFICA 01

A través del valor $P=0,008$ que nos ayuda a determinar el error que es de 0,8% y podemos determinar que existe una relación significativa entre el proceso administrativo y marketing en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

Esto nos ayuda a resolver que existe una relación entre el proceso administrativo y el marketing con un coeficiente $r = 0,777$. Llegando a concluir que el proceso administrativo que conceptualiza Moratto (2007) como la composición de actividades para la formación de procesos de organizar ejecutar entre las funciones, el cual se encontró una relación positiva con el marketing que según conceptualización de Trujillo (2017) es la planificación de actividades para un negocio con el fin de la satisfacción de necesidades de los clientes de la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

CON RESPECTO A LA HIPOTESIS ESPECIFICA 02

A través del valor $P=0,484$ que determina una probabilidad de error de 48,4% y afirmar que existe una relación positiva moderada entre las habilidades y el marketing en la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

Se resuelve que existe una relación entre las habilidades y el marketing con un coeficiente de $r = 0,251$. De tal modo podemos concluir que las habilidades que define Muñoz (2011) como el comportamiento y conductas necesarias para relacionarse con los demás, sostuvo una relación positiva moderada con el marketing que define Trujillo (2017) como la planificación de actividades para un negocio con el fin de la satisfacción de necesidades de los clientes de la empresa América Móvil S.A.C – Satipo.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación se ha podido llegar a determinar las siguientes conclusiones.

Con respecto al objetivo general

Se conoció la existencia de un margen de error de 1,4% lo cual se encuentra por debajo del 5% demostrando que la hipótesis y afirmando la relación positiva que se encuentra entre ambas variables de la investigación.

Posteriormente se observó el resultado del coeficiente $r = 0,741$ que cuantifica la relación de las variables recursos humanos y marketing, determinando que las variables se relacionan positiva con una intensidad muy fuerte entre recursos humanos y marketing.

En la empresa el objeto de estudio la gestión de los recursos humanos no era la adecuada e influía en la administración gerencial, que engloba acciones de marketing, encontrando también el autor una relación entre ambas variables.

La relación de gestión de recursos humanos con el marketing en caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo, 2020. Obtuvimos que si hay relación ya que recursos humanos va de la mano con el marketing para así poder tener una buena atención al cliente y mejorar en la ventas, así mismo reactivar la publicidad para mejorar en la clientela.

Con respecto al objetivo específico 1

Se definió la existencia de un error del 0,8% lo cual se encuentra por debajo del 5% comprobando la hipótesis y afirmando la relación positiva que se encontró entre la D1 y la V2. Para finalizar, se observa el resultado del coeficiente $r = 0,777$ que cuantifica la relación, concluyendo que la D1 y la V2 se relacionan positiva con una intensidad muy fuerte.

Las nuevas políticas adaptadas por el estado peruano y a nivel nacional en el 2020 y 2021 se viene dando medidas estrictas debido a la pandemia del coronavirus, por lo cual muchas de estas empresas de venta de celulares tuvieron que cerrar su negocio ya que solo podían atender productos de primera necesidad por ello la empresa América Móvil tuvo que tener otras estrategias de ventas para continuar su negocio para así poder generar ganancias y no pérdidas.

En la empresa América Móvil que se dedica a la ventas de celulares su relación que existe entre el proceso administrativo y el marketing refiere que si existe relación ya que es una fase muy importante que mide y evalúa el desempeño y expresión de la capacidad de un sistema económico.

Con respecto al objetivo específico 2

Se ha definido la existencia de un margen de error de del 48.4% el cual se encuentra por encima del 5%, determinando la relación positiva moderada que existe entre la D2 y la V2.

Finalmente se observa el resultado del coeficiente $r = 0,251$ que cuantifico la relación entre Habilidades (D2) y marketing (V2), concluyendo que la D2 y la V2 se relacionan de manera positiva con una intensidad moderada.

Es importante contar con aptitudes de redacción que logren llegar a la mente del posible cliente, persuadiéndolo con información que satisfaga sus necesidades. Y, además, debe tener la capacidad para manejar cifras. El Marketing no se trata de sólo ideas, sino de análisis, estrategias y planificación.

La empresa no cuenta con buenos planes publicitarios y promocionales y descuentos que contribuyan a lograr un adecuado posicionamiento de la empresa en el mercado, con el fin de seguir manteniendo la fidelidad de los clientes.

En el análisis interno también se dio a conocer que en cuanto al personal que labora en la empresa en el sector América Móvil; no cuenta con un plan de capacitación y motivación, para lograr de mejor manera la eficiencia y eficacia en cada una de los trabajadores tener actividades asignadas orientados a la satisfacción y buen servicio al cliente.

RECOMENDACIONES

Finalizando el análisis se llegó a las siguientes recomendaciones:

Con respecto a la gestión de recursos humanos se relaciona significativamente con el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.

Se recomienda que una vez implementado el plan de marketing se realice la actualización de promociones e impresión del material de publicitario lo cual que ayude a mantener a los clientes bien informados acerca de cada uno de los productos y servicios que ofrece la empresa, con el propósito de mejorar la posición y participación competitiva de la empresa AMERICA MOVIL y le permita ampliar sus ventas.

Se recomienda realizar y establecer la gestión de recursos humanos por ello tomar los cursos de negociación ya que el administrador y sus empleados deben estar bien capacitados como: para optimizar sus actividades y atención al cliente y manejo de sistemas informáticos, mismos que ayuden a prestar un mejor servicio y desarrollo de negociación con los proveedores y clientes.

Se recomienda realizar estudios frecuentes como establecer la relación entre gestión de recursos humanos y el marketing se refiere a las ventas con descuento, ofrecer promociones variadas así mismo descuento por una compra al contado o por compras al mayor, sucesivamente con cada cliente que de la empresa ya que la estrategia principal es el liderazgo de ventas y así no dejar que la competencia llegue a ofrecer precios, o promociones y beneficios más bajo que la empresa AMERICA MOVIL.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Andrade, C. (2018). Estado del arte de los modelos de gestión del talento humano y algunos casos de Colombia en el periodo de 2000 a 2015.
http://bibliotecadigital.usb.edu.co:8080/bitstream/10819/6211/1/Estado%20del%20arte%20modelos%20%20gesti%C3%B3n_Carolina%20Andrade%20V_2018.pdf
- Hernández, M. (2017). *creación de empresa para comercialización y soporte técnico de teléfonos móviles en la localidad Rafael Uribe Uribe de la ciudad de Bogotá*.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22506/1/Proyecto%20de%20grado%20538028.pdf>
- Muñoz, A. (2017). *Gestión de recursos humanos y el desempeño laboral de los trabajadores de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, Lima, 2016*.
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/6674>
- Chávez, C. (2017). *Gestión de recursos humanos y desempeño laboral del personal de enfermería del Hospital Nacional Edgardo Rebagliati Martins – Lima, 2017*.
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11577>
- Núñez, parra & Villegas (2011), *diseño de un modelo como herramienta para el proceso de gestión de ventas y marketing*.
http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/ec-nunez_g/pdfAmont/ec-nunez_g.pdf
- Morato, (2007). *proceso administrativo y gestión empresarial en coproabas, jinotega*
<https://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>
- Madeon, (2013). *Gestión de recursos humanos*.
<https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/10/gestion-de-recursos-humanos/>
- Bosenberg, R. (2019). *Pertinencia de la utilización del Marketing Digital En las empresas de consultoría de Negocios Internacionales*.
<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/9463/BosenbergRoberto2019.pdf;jsessionid=4C8413BA2AC81EEA08C78293EC1A46D6?sequence=1>
- Muñoz, Crespi, & Angrehs (2011) *Habilidades sociales de los estudiantes de 4 años de la I.E.I. N° 001 maría concepción ramos campos – Piura*.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3140/MAE_EDUC_362.pdf?sequence=1
- Trujillo Martinez (2018). *gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las mypes del sector comercial, rubro librería, distrito de Satipo, año 2017*.

file:///C:/Users/LENOVO/Documents/ULADECH%20VI/TALLER%20DE%20INVESTIGACION%20II/ANTECEDENTES%20LOCALES/LIBRERIA_CLIENTE_TRUJILLO_MARTINEZ_NIDIA_YASMIN.pdf

Molina & Torres (2017). *El marketing con responsabilidad social y su relación con el nivel de ventas en las Mypes del sector comercio en Tarma – 2014.*

file:///C:/Users/LENOVO/Documents/ULADECH%20VI/TALLER%20DE%20INVESTIGACION%20II/ANTECEDENTES%20LOCALES/Molina%20Parra%20-%20Torres%20Gonzales.pdf

Acuña Matos, (2019). *marketing y el servicio de atención al cliente en la empresa corpora S.R.L, Huancayo en el año 2017.*

file:///C:/Users/LENOVO/Documents/ULADECH%20VI/TALLER%20DE%20INVESTIGACION%20II/ANTECEDENTES%20LOCALES/T037_72280724_T.pdf

Rendich Maucaylli, (2019). *Gestión de calidad y marketing en la micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro transporte inter provincial del distrito de Satipo, provincia Satipo, año 2018.*

file:///C:/Users/LENOVO/Documents/ULADECH%20VI/TALLER%20DE%20INVESTIGACION%20II/ANTECEDENTES%20LOCALES/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_TRANSPORTE_INTER_PROVINCIAL_RENDICH_MAUCAYLLI_TREYSI_KIARI.pdf

Espinal Mantari, (2017). *gestión de calidad bajo el enfoque de marketing, en las mypes del sector comercial boticas, distrito de Satipo, año 2017.*

file:///C:/Users/LENOVO/Documents/ULADECH%20VI/TALLER%20DE%20INVESTIGACION%20II/ANTECEDENTES%20LOCALES/GESTION_DE_CALIDAD_FORMALIZACION_ESPINAL_MANTARI_ROCIO_ELIZABETH.pdf

ANEXOS:

Anexos 1: Evidencias

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y MARKETING, CASO EMPRESA, AM
MOVIL S.A.C – SATIPO, 2020.

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el market
caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.

III. TESISISTA

Cervantes Montoya Maribel

IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo
teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información co
y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

.....

.....

APROBADO:

SI

NO

 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE
FILIAL SATIPO

Lic. Edgar L. Huaringa Anticon
COORD. DE ADMINISTRACIÓN
EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y MARKETING, CASO EMPRESA, AMI
MOVIL S.A.C – SATIPO, 2020.

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el marketi
caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo,2020.

III. TESISTA

Cervantes Montoya Maribel

IV. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo
teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información con
y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

.....

.....

APROBADO:

SI

NO


Lic. Adm. Norio F. Benito Soriano
CSD 16676

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y MARKETING, CASO EMPRESA, AMERICA MOVIL S.A.C – SATIPO, 2020

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO

Cuestionario para Establecer la relación entre la gestión de recursos humanos y el marketing, caso empresa: América móvil S.A.C – Satipo, 2020.

III. TESISISTA

Cervantes Montoya Maribel

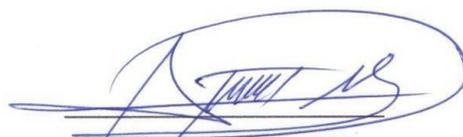
V. DECISIÓN

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, se procedió a validarlo teniendo en cuenta la estructura y profundidad; por tanto, permite recoger información concreta y real de la variable en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

.....
.....

APROBADO: SI NO


EXPERTO EVALUADOR
Lic. Ad. Wilton Alegre Abig
C.C.A.D.: 18356

Anexo 2: cuestionario

**CUESTIONARIO SOBRE GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y
MARKETING**

ESTIMADO COLABORADOR:

La presente encuesta pretende recoger tu opinión sobre la gestión de recursos humanos y marketing, caso empresa, América Móvil S.A.C-satipo,2020. por favor, contesta sinceramente a las siguientes preguntas y aseveraciones porque tus respuestas no tendrán un efecto ni positivo ni negativo en tu situación laboral.

Fecha: ___ / ___ / ___

Sexo: Femenino () Masculino ()

Ocupación: Auxiliar Administrativo () Técnico Administrativo () Profesional Especialista () Funcionario ()

Grado de estudio: Secundaria () Superior Técnica () Superior Universitaria () Post. Grado ()

Instrucciones: De acuerdo a las escalas marque con una “X” solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas. El significado de cada número es el siguiente.

5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1 =Nunca

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
D1: Proceso administrativo		5	4	3	2	1
1	¿Cree usted que en la empresa América Móvil hay un buen proceso administrativo?					
2	¿considera que la empresa América Móvil organiza de manera correcta el proceso de venta?					
3	¿Cree usted que en la empresa América Móvil tiene un buen proceso de venta?					
4	¿La empresa América Móvil sigue las etapas de un proceso de venta?					
5	¿Considera necesario el control del personal en la empresa América Móvil?					
6	¿Considera usted que en la empresa América Móvil existe una buena organización?					
7	¿Cree usted que la mala organización afecta a la empresa América Móvil?					
D2: Habilidades		5	4	3	2	1

8	¿Considera usted que en la empresa América Móvil le hace falta la satisfacción al personal?					
9	¿considera que la empresa América Móvil debe premiar las habilidades de su personal?					
10	¿Cree usted que la empresa América Móvil satisface al personal?					
11	¿Considera que la empresa América Móvil trabaja de manera eficaz?					
12	¿Cree usted que la empresa América Móvil requiere eficacia?					
13	¿Considera usted que el sistema económico de América Móvil es eficiente?					
14	¿Cree usted que en la empresa América Móvil es necesario la eficiencia?					
D2: Marketing						
15	¿Cree usted que en la empresa América Móvil conocen el valor del cliente?					
16	¿Considera importante el valor del cliente en la empresa América Móvil?					
17	¿Usted cree que los clientes se llevan una buena imagen de la empresa América Móvil?					
18	¿Usted considera que los ingresos que genera la empresa América Móvil cumplen con las expectativas?					
19	¿Considera que la empresa América Móvil tiene un buen ingreso en las ventas?					
20	¿Consideran importante el coste lead en la empresa América Móvil?					

ANEXO 5 Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	CONCEPTO	INDICADORES	CONCEPTO	CUESTIONARIO
Variable 1 Gestión de recursos humanos	Según Andrade (2018). Nos dice que hoy en día, las personas dentro del ámbito laboral han comenzado a reconocerse como uno de los determinantes en el éxito de las organizaciones, todo lo que tiene que ver con "Gestión de los Recursos Humanos es de gran importancia en los gerentes y dedican sus esfuerzos para identificar, desarrollar y retener a sus mejores talentos"	La variable 1. "GESTION DE RECURSOS HUMANOS" fue evaluada mediante un cuestionario por ende cuenta con los indicadores para contrastar la ejecución.	Proceso administrativo	Según Vargas & Zapata (2019). Refiere que es muy importante en la organizaciones y procesos ya que se ven confrontadas por distintos cambios, en el que las nuevas tendencias nos hacen asumir grandes retos , y control por lo que el nuevo consumidor tiene que organizar altas expectativas y por ende exigencias cada vez más altas para la organización ,mediante el proceso administrativo.	Procesos	según orellana (2019). nos dice es una práctica constante de las empresas por mejorar sus procesos productivos en todos los ámbitos, sean estos llevados únicamente por personas, o también entre personas y máquinas.	¿Cree usted que en la empresa América Móvil hay un buen proceso Administrativo? ¿Cree usted que en la empresa América Móvil tiene un buen proceso de venta? ¿La empresa América Móvil sigue las etapas de un proceso de venta?
					Control	Según Hernández (2020). Nos dice que el control es una herramienta muy fundamental en una empresa, ya que se efectúa la evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever desviaciones para establecer las medios correctivas necesarias. Por ende nos Permite que las actividades y procesos en las empresas y las organizaciones deben tener control administrativo para garantizar su correcto funcionamiento y eficiencia.	¿Considera necesario el control del personal en la empresa América Móvil?
					Organizar	Según Thompson (2021). "Es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos,	¿Considera usted que en la empresa América Móvil existe una buena organización?

						de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines.	¿Cree usted que la mala organización afecta a la empresa América Móvil?		
							¿considera que la empresa América Móvil organiza de manera correcta el proceso de venta?		
			Habilidades	Según Muñoz (2019). Nos dice que actualmente las competencias blandas, entre ellas las habilidades sociales, vienen adquiriendo una vital importancia, es decir ampliamente aceptado que estas habilidades son necesarias para tener relaciones positivas con los demás, así como para gozar de un bienestar personal en general.	satisfacción	Según Quispe & Terrones (2021). Refiere que la satisfacción del cliente es un tema complejo a tratar, pues en todos los años de su estudio, esta ha ido evolucionando en cuanto a su significado, desde el concepto más pequeño que solo tomaba en cuenta al producto, hasta las definiciones más actuales en donde la satisfacción al cliente.	¿Considera usted que en la empresa América Móvil le hace falta la satisfacción al personal?		
									¿Cree usted que la empresa América Móvil satisface al personal?
									¿considera que la empresa América Móvil debe premiar las habilidades de su personal?
							Eficacia	Según Fernández (2021). Nos dice que es una condición previa y por ello prioritaria ante la Eficiencia y (Productividad). “Con Mucha prontitud y Eficacia” por lo que podemos deducir que la competencia básica de un Ejecutivo es la Eficacia.	¿Considera que la empresa América Móvil trabaja de manera eficaz?
									¿Cree usted que la empresa América Móvil requiere eficacia?
							Eficiencia	Según Fernández (2021). Refiere que una habilidad en el uso de los medios requeridos para lograr los fines de un objetivo, Por ello se dice que las personas u organizaciones Eficientes	¿Considera usted que el sistema económico de América Móvil es eficiente?
						¿Cree usted que en la empresa América Móvil es necesario la eficiencia?			

Variable 2 Marketing	Según Trujillo (2017) “es un sistema de actividades planeadas, para un negocio con el fin de satisfacer necesidades y tener ingreso mediante tus ventas, así mismo conocer el valor del cliente”	La variable 2 “marketing” será medida a través de una herramienta de recolección de datos, en esta ocasión usaremos un cuestionario.	Marketing	Según Trujillo (2017) es un sistema de actividades planeadas, para un negocio con el fin de satisfacer necesidades y tener ingreso mediante tus ventas, así mismo conocer el valor del cliente.	Valor del cliente	Según Quiroa (2019). Nos dice que toda empresa que espera en un futuro cercano tener un mayor crecimiento y aumentar su participación de mercado, debe esforzarse en conseguir nuevos clientes.	¿Cree usted que en la empresa América Móvil conocen el valor del cliente?
							¿Usted cree que los clientes se llevan una buena imagen de la empresa América Móvil?
							¿Considera importante el valor del cliente en la empresa América Móvil?
					El ingreso por ventas	Según De Jaime (2013), son los que se generan cuando se facturan los productos y servicios a los clientes ellos transmiten su propiedad y de ahí surge un beneficio económico a la empresa, y por ello incluir los ingresos en su totalidad.	¿Considera que la empresa América Móvil tiene un buen ingreso por las ventas?
							¿Usted considera que los ingresos que genera la empresa América Móvil cumplen con las expectativas?
					Coste por lead (marketing digital)	Es un usuario que ha entregado sus datos a una empresa, como consecuencia, pasa a ser un registro de la base de datos con la que la empresa puede interactuar (bel, 2020)	¿Consideran importante el coste lead en la empresa América Móvil?