



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, DISTRITO DE HUARMEY, AÑO 2019.

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

AUTOR:

Br. Antunez Aguilar, Roberto Anderson
ORCID.ORG/0000-0003-1381-0726

ASESOR:

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías
ORCID.ORG/0000-0003-1381-0726

**CHIMBOTE-PERÚ
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. Antunez Aguilar, Roberto Anderson

ORCID.ORG/0000-0003-1381-0726

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID.ORG/0000-0002-6399-5928

PRESIDENTE

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID.ORG/0000-0002-5746-9374

MIEMBRO

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID.ORG/0000-0002-7575-3571

MIEMBRO

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID.ORG/0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios Todopoderoso, por darnos la fortaleza de seguir adelante y permitirnos llegar hasta donde estamos, al Señor Jesucristo por estar siempre a nuestro lado en esos momentos difíciles.

Agradecemos a nuestros padres, por su interminable apoyo, esfuerzo y sacrificio y por siempre enseñarnos valores y el sentido común para afrontar la vida; Finalmente a todas aquellas personas (hermanos, familia, amigos, maestros, compañeros de clase y de trabajo) que de una u otra forma están siempre allí con nosotros.

DEDICATORIA

A Dios, por brindarnos la dicha de la salud y bienestar físico y espiritual.

A nuestros padres, como agradecimiento a su esfuerzo, amor y apoyo incondicional, durante nuestra formación tanto personal como profesional.

Al Dr. Reinerio Centurión Medina, por brindarnos la oportunidad de desarrollar el presente trabajo.

Por eso y por mucho más les dedicamos este proceso de formación que constituirá el cimiento fundamental en nuestra vida profesional y a través del cual forjaremos un nuevo presente en las labores que desempeñemos todos los días.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019. La investigación fue de diseño no experimental, transversal. Para el recojo de información se eligió una muestra dirigida de 20 Mypes de una población de 30, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados: el 55% de los representantes tiene de 31 -50 años, el 70% son del género femenino, el 55% cuenta con el grado académico de secundaria, el 75% respondió que la empresa tiene más de 7 años de funcionamiento, el 90% manifiesta que tiene una condición laboral permanente, el 95% opina que la razón por la que se creó su empresa fue para generar ganancias. Con respecto a las Tecnologías de la información y comunicación el 60% no conoce el término Tecnologías de la Información y comunicación, el 70% respondieron que si conocen el término gestión de calidad, el 100% considera que la gestión de calidad contribuirá a la mejora del negocio el 50% considera que el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación hará que la empresa sea conocida. Finalmente se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen el término Tecnologías de la información y comunicación, pero que si conocen el término gestión de calidad y consideran que si contribuyen al mejoramiento de su negocio, también consideran que si hacen uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación la empresa será conocida.

Palabras Clave: Gestión de calidad, Mypes, Tecnología de la Información y Comunicación.

ABSTRACT

The objective of this research was to: Determine the main characteristics of information and communication technologies as a relevant factor of quality management and improvement plan in micro and small businesses in the commerce sector, retail sale of hardware items, Huarmey district, year 2019. The research was non-experimental, cross-sectional. For the collection of information, a targeted sample of 20 Mypes from a population of 30 was chosen, to whom a questionnaire of 18 closed questions was applied, using the survey technique; from which the following results were obtained: 55% of the representatives are 31 -50 years old, 70% are female, 55% have a high school academic degree, 75% responded that the company has more than 7 years of operation, 90% say they have a permanent working condition, 95% think that the reason their company was created was to generate profits. With respect to Information and Communication Technologies, 60% do not know the term Information and Communication Technologies, 70% responded that if they know the term quality management, 100% consider that quality management will contribute to the improvement 50% of the business believes that the use of Information and Communication Technologies will make the company known. Finally, it is concluded that most representatives of micro and small companies do not know the term Information and Communication Technologies, but that if they know the term quality management and consider that if they contribute to the improvement of their business, they also consider that if They make use of Information and Communication Technologies the company will be known.

Keywords: Quality Management, Mypes, Information and Communication Technology.

CONTENIDO

Título De La Tesis.....	i
Equipo de trabajo.....	ii
Jurado Evaluador.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de figuras.....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la Literatura.....	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas.....	10
2.2. Marco Conceptual.....	15
III. Hipótesis.....	18
IV. Metodología.....	19
4.1. Diseño de la investigación.....	19
4.2. Población y muestra.....	19
4.3. Definición y operacionalización de la variable.....	20
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
4.5. Plan de Análisis.....	23
4.6. Matriz de consistencia.....	24
4.7. Principios éticos.....	26
V. Resultados.....	27
5.1. Resultados.....	27
5.2. Análisis de Resultados.....	32
VI. Conclusiones.....	41
VII. Recomendaciones.....	42
Referencias Bibliográficas.....	43
Anexos.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.....	pag.27
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.....	pag.28
Tabla 3. Características de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.....	pag.29
Tabla 4. Propuesta de mejora.....	pag.31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del representante (tabla 1).....	54
Figura 2. Genero del representante (Tabla 1).....	54
Figura 3. Estado Civil (Tabla 1).....	55
Figura 4. Grado de instrucción (Tabla 1).....	55
Figura 5. Cargo que desempeña en la empresa (Tabla 1).....	56
Figura 6. Tiempo en el cargo (Tabla 1).....	56
Figura 7. Tiempo de la empresa (Tabla 2).....	57
Figura 8. Número de trabajadores (Tabla 2).....	57
Figura 9. Estabilidad laboral de los trabajadores (Tabla 2).....	58
Figura 10. Personas que trabajan en la MYPE (Tabla 2).....	58
Figura 11. Objetivo de la Mype (Tabla 2).....	59
Figura 12. Término Tecnología de Información y Comunicación (Tabla 3).....	59
Figura 13. Implementación de Tecnología de Información y Comunicación (Tabla 3).....	60
Figura 14. Termino gestión de calidad (Tabla 3).....	60
Figura 15. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa (Tabla 3).....	61
Figura 16. Medios de Tecnología de Información y Comunicación utiliza Ud. en su empresa (Tabla 3).....	61
Figura 17. Uso de internet para las compras de mercadería (Tabla 3).....	62
Figura 18. Beneficios de las TIC para la empresa (Tabla 3).....	62

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación acerca de “Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019”; es un tema de gran importancia hoy en día para lograr el crecimiento y desarrollo de las mypes, es por ello que consideramos necesario realizar un estudio sobre el tema.

Las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en la actualidad se han convertido en el motor fundamental para el desarrollo de la economía de los países. La MYPE en la actualidad es de mucha importancia para el desarrollo de la economía del país, puesto que impulsa a que las personas emprendedoras puedan emprender un negocio propio ya sea produciendo, comprando, vendiendo productos o prestando servicios, lo cual constituye el eje principal para el crecimiento de la economía y la generación de puestos de trabajo. Sin embargo son pocos los negocios que logran establecerse en el mercado.

En este contexto Okpara y Wynn, afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. Okpara y Wynn, (2007). En este sentido podemos señalar que cuando las mypes crecen y se desarrollan, generan más puestos de trabajo, y se reduce el desempleo y la pobreza. Además, las empresas incrementan sus ventas y por consiguiente se logra mayores beneficios para las empresas, los trabajadores y el Estado, lo cual contribuye al incremento del producto bruto interno.

Las micro y pequeñas empresas (MYPE) en América Latina y el Caribe, son la principal fuente de trabajo que participan en las economías locales, buscando generar puestos de trabajo y reduciendo la pobreza. Las 10 millones de micro y pequeñas empresas (mypes) que existen en América Latina y el Caribe generan la mayor parte del empleo en esta región, donde también hay menos de un millón de medianas y grandes empresas, según un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Las mypes generan alrededor del 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina y el Caribe, mientras que solo un 19% del empleo se genera en las empresas medianas y grandes, de acuerdo al estudio de la OIT.

En el Perú las Mypes cuentan con apoyo de promoción y formalización por parte de Estado, tal es así que la Ley N°28015 impulsa la creación y formalización de las Micro y pequeñas empresas de tal manera que favorezca al desarrollo de la economía y la generación de puestos de trabajo logrando de esta manera mejorar la calidad de vida de las personas.

Las Micro y pequeñas empresas en la ciudad de Huarney, a lo largo de estos años se han ido incrementando, pero algunos han desaparecido rápidamente y no han tenido mucha permanencia en el mercado, esto debido a que no emplearon las técnicas modernas de gestión efectiva en la en la administración y los procesos de su negocio.

En este sentido Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, se considera un tema de investigación de gran importancia, de manera que nos permita conocer como el uso de las tecnologías de la información y comunicación son una herramienta de Gestión de calidad que las Mypes emplean para lograr una Gestión eficiente y competitiva, que se mantenga estable a lo largo del tiempo.

A partir del año 1980 hacia adelante nuestro país ha experimentado una serie de cambios en la economía, sobre todos en la caída y surgimiento de las empresas, debido al auge de las micro y pequeñas empresas que han demostrado que para emprender un negocio o constituir una empresa no se necesita una cuantiosa inversión.

Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Arinaitwe, (2006). Además, las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas. Sauser, (2005)

Las micro y pequeñas empresas (MYPES), sobre todo las pequeñas, tienen una gran importancia para el crecimiento económico y la generación de fuentes de empleo

productivo, con múltiples beneficios para la economía local, la eficiencia colectiva del tejido empresarial y la sociedad en general, como se ha demostrado ampliamente en estudios conducidos en todo el mundo actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. (Barraza, 2006)

Las Tecnologías de la información y comunicación son muy importantes para lograr una gestión de calidad, permitiendo que las mypes puedan acceder a la tecnología y al uso de las TIC utilizando diversas redes sociales como (Facebook, Twitter, Correo, Skype y Página web), esto mediante el soporte del internet, el cual permite el crecimiento y desarrollo de las empresas. Pero, muchas de estas mypes aún no cuentan con acceso a las TIC de soporte en la cadena de suministro, los cuales proporcionan apoyo en distintas áreas de las empresas y optimización de los procesos.

La importancia que tiene la Tecnología de Información y Comunicación en las organizaciones es hacer un buen uso de ellas porque permite expandir información y conocimiento. La implementación de Gestión de Calidad logra convertir a las Mypes en organizaciones inteligentes en la manera de trabajar y gestionar recursos; Siendo un elemento clave para hacer que el trabajo se más productivo agilizando los procesos de ventas y promocionar los productos que ofrecen en el mercado.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.
- Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.
- Describir las características de las tecnologías de la información y la comunicación, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.
- Elaborar un plan de mejora de las tecnologías de la información y la comunicación, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

El presente trabajo de investigación se justifica porque ha permitido obtener conocimientos acerca de las Tecnología de Información y Comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, el cual será de mucho beneficio para todo tipo de negocios, brindará a los representantes de las mypes conocimiento sobre las TIC y su importancia para lograr resultados y ser competitivos en el mercado, también permitirá a las trabajadores adaptarse a nuevas tecnologías y mejorar su rendimiento.

Además, ésta investigación se justifica porque ha permitido obtener aspectos teóricos de las Tecnologías de la Información como factor relevante de la gestión de calidad que se emplea en las micro y pequeñas empresas y proponer un plan de mejora para lograr una gestión eficiente, de manera que permita el crecimiento y desarrollo de las mypes a lo largo del tiempo.

También esta investigación se justifica porque da a conocer a nivel descriptivo las principales características de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio, como factor relevante de la gestión de

calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

En síntesis el diseño de la investigación fue No experimental – Transversal – Descriptiva, fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad en el estudio, solo se describió tal y como se presentó en la realidad, así mismo fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado como un inicio y un fin, específicamente en el año 2019 y finalmente fue descriptiva porque se dio paso a la descripción de las principales características de la variable gestión de calidad.

Para culminar, la presente investigación se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores de los negocios y las empresas, ya sean de comercio o de servicio del distrito de Huarmey y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Tapia (2016) en su tesis *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del mercado Las Malvinas de Chimbote, 2013*, que tuvo como objetivo general determinar las características que presenta la competitividad en las micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio, rubro ferretería del mercado Las Malvinas de Chimbote, 2013. La investigación fue no experimental - transversal descriptiva. Se utilizó la técnica de la encuesta llegando a las conclusiones siguientes: El 53% tiene de 51 a más años, 67% son del sexo masculino, el 67% de los representantes legales de las Mypes es casado, el 50% cuenta con un grado de instrucción de secundaria, mientras que el 67% de la población encuestada tiene como cargo el de ser dueños de la empresa, el 70% viene desempeñándose como propietario del establecimiento de 1 a 20 años, el 60% respondió que la empresa tiene de 1 a 20 años de permanencia en el mercado, el 73% manifestó que el motivo principal de creación de la organización fue con fines lucrativos, el 100% conoce el termino competitividad, el 40% considera su negocio competente por los precios accesibles al público, el 100% piensa que es necesario la competitividad en su negocio, el 53% aplican la promoción como nueva estrategia, el 60% no suele usar nunca suele usar ningún plan de mercadeo, el 83% de las Mypes cuentan con certificación de calidad, el 57% de los representantes legales de las Mypes respondió que Sodimac es su mayor competencia en el mercado, el 47% se entera si sus clientes están satisfechos por el servicio que brindan mediante encuestas, el 70% de los representantes legales de las Mypes declararon que habían recibido capacitación alguna vez, el 70% considera que le ha sido de utilidad dicha capacitación, el 67% expresaron que la atención brindada a sus clientes es buena, el 53% manifiestan que las personas recomiendan sus productos a clientes potenciales debido a sus precios bajos que ofrecen.

Rubio (2014) en su tesis *Caracterización del financiamiento y la gestión calidad en las Mypes del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011*. La investigación tuvo como objetivo general Determinar las principales características del financiamiento y la Gestión de calidad de las MYPES (Micro y Pequeñas empresas) del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos en el Distrito de Chimbote, año 2011.

obtuvo los siguientes resultados El 45% representa entre las siguientes edades (41-55), el 89% está siendo representado por el género masculino, el 78% de los representantes tienen su grado de instrucción, con estudios superiores universitarios completos, el 56% tienen como representantes de las Mypes a los propietarios, el 67% tiene de (6-10) años desempeñándose en el cargo, el 56% vienen desarrollándose esta gestión actividad en el mismo rubro más de 5 años, el 89% tiene por finalidad u objetivo generar ganancias y el 67% aseguraron conocer sobre de gestión de calidad. Se concluye que sus representantes tienen entre las siguientes edades (41- 55), son de género masculino, su grado de instrucción son superiores universitarios completos, los mismos propietarios, vienen desarrollándose esta gestión actividad en el mismo rubro más de 5 años, tiene por finalidad u objetivo generar ganancias, aseguraron conocer sobre de gestión de calidad.

Ríos (2014) en su tesis *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco año 2014*. Teniendo como objetivo general Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco, año 2014. Aplicó como de una población de 180 metodología de tipo no experimental – descriptivo y para llevar a cabo su investigación escogió una muestra de 20 restaurant, aplicando un cuestionario estructurado. Llegando a los siguientes resultados respecto a los datos generales de os representantes de la empresa: El 65% de los encuestados afirman ser de sexo masculino, el 35% de los encuestados tienen la edad de entre 35 – 44 años, el 60% de los encuestados mencionan tener un grado de instrucción de superior universitaria completa. Así mismo respecto a las características de las Mypes: el 50% de los encuestados mencionan que tienen de 5 a 7 años trabajando en el rubro, el 45% de los encuestados mencionan que el objetivo de la creación del negocio es generar ingresos para solventar los gastos familiares. Con relación a la gestión de calidad: el 85% de los encuestados consideran que la gestión de calidad es importante para la organización.

Concluye que Del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes

encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. El tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las Mypes son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. Del estudio realizado se concluye que el 50% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad.

Poma (2015) en su tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz, 2015*. La investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la Gestión de calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de artículos de ferreterías en el distrito de Huaraz, 2015. Obtuvo los siguientes resultados el 60% manifiesta tener de 38 – 47 años. El 83% son de sexo masculino. El 45% manifiesta tener un grado de instrucción superior universitario. Se concluye que existe una deficiencia en el procedimiento de compras, porque los gerentes de las ferreterías desconocen el procedimiento de compras y la forma de compra que realizan es en forma directa” Y con los agentes de venta.

Espinoza (2017) en su tesis *Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa, galería Señor de los Milagros de Huarmey, año 2016*, que tuvo como objetivo general determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing Estratégico de las micro y pequeñas empresas de sector comercio, rubro venta minorista de ropa en la Galería Señor de los Milagros de Huarmey, año 2016, se utilizó la técnica de la encuesta llegando a las conclusiones siguientes: El 50% tiene de 31 a 50 años, el 85% son del sexo femenino, el 65% cuentan con nivel académico de secundaria, el 75% son manejadas por los propios dueños, el 60% de los representantes legales de las

Mypes vienen desempeñando su función de 4 a 6 años, el 70% manifestó que la empresa tiene de 4 a 6 años de permanencia en el mercado, el 85% de las Mypes son informales, mientras que el 85% no se encuentra en ningún régimen tributario, el 45% cuentan con el concepto que la gestión de calidad es de mucha importancia ya que ayuda en el financiamiento de la empresa, el 40% considera que la gestión de calidad va a brindar un mayor progreso en el nivel de las ventas, un 40% entiende como técnica de gestión de calidad a la subcontratación, el 45% tiene la idea de que el marketing estratégico es un proceso de venta, el 30% utilizan la promoción como estrategia de marketing y el 35% opina que el marketing estratégico a veces ayuda a mejorar las ventas. Concluyendo: Las empresas en su mayoría son informales con una antigüedad estimada de entre 4 a 6 años de duración, en la mayoría de las empresas tienen un cierto desconocimiento en cuanto a gestión de calidad y marketing estratégico se trata y eso es debido al no tener un nivel de educación adecuado, basándose solo en la experiencia.

Torres (2015) en su tesis *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruíz de la ciudad de Chimbote, 2015*. Teniendo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruíz de la ciudad de Chimbote, año 2015, como metodología aplico el diseño no experimental, transversal, teniendo como muestra a 10 Mypes donde aplicó un cuestionario de 16 preguntas, obteniendo como resultado con respecto a las características generales de los representantes: el 80% de los encuestados mencionan tener entre 31 a 50 años, el 80% de los encuestados son de sexo masculino, el 60% de los encuestados afirman tener secundaria como grado de instrucción, el 60% de los encuestados mencionan ser los dueños, el 70% de los encuestados mencionan tener de 4 a 6 años de tiempo en el cargo. Respecto las características de las mypes: el 50% mencionan tener de 7 años a más en el rubro, el 40% de los encuestados mencionan tener de 7 más trabajadores en su negocio, el 100% de los encuestados mencionan que la empresa se creó para generar ganancias. Respecto a la gestión de calidad en las mypes: el 90% de los encuestados mencionan que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 50% de los encuestados afirman que hay otras técnicas modernas de gestión, el 40% de los encuestados mencionan que la dificultad que tiene el personal es no se adaptan a los cambios, el 60% de los encuestados mencionan que la observación es una técnica para medir el rendimiento del personal.

Que concluye en Se llegó a las siguientes conclusiones: con respecto a los representantes de las MYPES, determinando como características principal que son dirigidas por personas adultas y en su mayoría pertenecen al género masculino debido a la naturaleza del negocio, por ser un trabajo rudo, estos empresarios en su mayoría tienen como grado de instrucción secundaria completa y son dueños de su propia MYPE, desempeñándose en el cargo entre 4 a 6 años.

Con respecto a la MYPE se concluye que, el tiempo que llevan en el rubro la mayoría es de 4 a más años, lo que permite darle cierta estabilidad al negocio, estas MYPES cuentan con 4 a más colaboradores y fueron creadas en su totalidad con la finalidad de generar ganancias.

Y por último se concluye, con respecto a la gestión de calidad que la mayoría no tiene un plan de negocio estratégico, pero sí reconocen casi en su totalidad que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría aplica sin conocimiento o poco conocimiento la técnica el benchmarking y con respecto al personal la mayoría no se adapta a los cambios, pero esta mayoría a pesar de todo es competitiva, la mayoría tiene como técnica de evaluación al personal la observación y saben que la capacitación sí ayuda a realizar una buena gestión de calidad y a pesar del desconocimiento de la gestión de calidad estas MYPES lograron resultados.

2.2. Bases Teóricas

Micro y Pequeña Empresa

Definición

Las micro y pequeñas empresas son entidades productoras de bienes, servicios y generadoras de empleo brindando desarrollo para el país, es entonces de ello que surge la importancia de impulsarlas al crecimiento de ella, establecida según la Ley 28015 (2003) que está dispuesto en su Artículo 2. “La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios”. Cuando esta ley se hace mención a la sigla Mype, se está refiriendo a las micro y pequeñas empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la

presenta ley, con excepción la régimen laboral que es de aplicación para la microempresa.

Características de la Micro y Pequeña Empresa

Como toda entidad las micro y pequeñas empresas se determinan bajo ciertas características que nos permitirán a nosotros determinar qué tipo de empresas se van a estudiar, las micro y pequeñas empresas que están presentes en el estudio de esta investigación están definidas por categorías, según lo manifiesta la Ley 30056 del 2013 en su Artículo 5. Ley que modifica la ley para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Donde cambian los criterios de clasificación de las micro y pequeñas empresas se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)
- Pequeña empresa: Ventas anuales superior a 150 UIT hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- Mediana empresa: Ventas anuales superior a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Importancia de la Micro y Pequeña y Mediana Empresa en el Perú.

En la actualidad las micro y pequeñas empresas juegan un rol muy importante en la economía del país. Tal como lo menciona Tello A. (2014): La importancia de la Micro y pequeñas empresas se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesantes pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ellos se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo; y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa. (p.204)

Tipos de microempresas

Nos da a conocer los tipos de microempresas que se encuentran en el país indicando su importancia que tiene cada una de ellas. Tal como lo relaciona Santander (2013):

- **Microempresa de subsistencia:** Se considera microempresa de subsistencia las que en su ejercicio subsisten con baja productividad, cubriendo únicamente el consumo inmediato. La microempresa de subsistencia es la más difundida en Latinoamérica y reúne la mayor cantidad de problemas sociales, en el caso del Perú: el subempleo y la evasión tributaria.
- **Microempresa de acumulación simple:** Se clasifican como microempresas de acumulación a las que generan ingresos que cubren costos sin otorgar al empresario una rentabilidad suficiente para realizar nuevas inversiones, usualmente una microempresa que inicia sus actividades se ubica dentro de este grupo.
- **Microempresa de acumulación ampliada:** Son microempresas de acumulación ampliada las que poseen una productividad elevada que les permite realizar nuevas inversiones para mejorar la empresa. Se caracterizan por invertir en innovación tecnológica y trabajadores especializados incrementando así su eficiencia. (p.19)

Gestión.

La Gestión es el proceso de la realización de las actividades de las micro y pequeñas empresas. Según lo menciona Regalado (2009): Gestionar es el conjunto de acciones y decisiones que permiten alcanzar los objetivos deseados, es el control de Gestión, es una herramienta cuyo soporte es un conjunto de informes sistemáticos que permite a la organización analizar la captación, transformación y utilización de los recursos. Para la elaboración de esta herramienta de gestión, es necesario establecer la relación existente entre las variables cuantitativas y cualitativas que conforman el modelo en cuestión, como resultados, sobre las variables claves elegidas, nos permitiría: Observar la situación pasada, presente y futura; Monitorear las tendencias y cambios generados, Tomar decisiones oportunas y deseablemente acertadas y Adoptar las medidas correctivas. Controlar en el eje temporal a las principales variables del modelo. (p.207)

Es importante saber que la Gestión ayuda a mejorar los procesos y actividades que realizan las micro y pequeñas empresas.

La Calidad.

La calidad se basa directamente al producto o servicio que se brinda al cliente. Tal como lo menciona Mochón (2006): Calidad es un concepto que puede aplicarse a los productos fabricados por las empresas industriales, cómo a los servicios ofrecidos por las empresas del sector terciario. En cualquiera de los casos, los productos de alta calidad son dignos de confianza y satisfacen los deseos del consumidor. Las razones para que los directivos procuren controlar y mejorar la calidad de los productos de sus organizaciones se pueden concretar en dos puntos. En primer lugar, porque los clientes generalmente prefieren un producto de alta calidad a otra de baja calidad. Por ello una organización sea capaz de proveer, al mismo precio de alta calidad crean una marca con buena reputación, tanto para el producto como para la organización. En segundo lugar, porque una mayor calidad puede contribuir a aumentar la eficiencia de la organización y consecuentemente, a reducir los costes operativos y estimular los beneficios. (p.12)

Gestión de Calidad

La gestión de calidad es el sistema que debe contemplar la formación y el control de los procesos que se realizan para que de esta manera desarrollen sus funciones de manera exitosa. Tal como lo menciona Pérez y Gardey (2014): Se denomina sistema de Gestión de calidad al mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El sistema de gestión de calidad, por lo tanto, apunta a la coordinación de los procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. (p.1)

Gestión Tecnológica en las Empresas.

Las empresas buscan desarrollar la competitividad y requieren la incorporación tecnológica moderna e impulsar la innovación en las micro y pequeñas empresas. Según lo manifestado por Núñez (2011): La competencia actual es por la calidad y el desarrollo tecnológico, para lo cual las empresas se dirigen a optimizar sus modelos de gestión y adquirir o desarrollar tecnología. Los bienes y servicios que se generan deben satisfacer un conjunto de necesidades en una población que cada vez más exigente y numerosa. La definición de estrategias es fundamental para lograr el objetivo organizacional de desempeñar una labor incrementar hacia el crecimiento y el desarrollo. (p.4)

Todas las organizaciones requieren de procesos para llevar a cabo una adecuada planificación, de procesos para dar confianza que en lo planificado se obtendrá. Como lo menciona Cortes (2017): La Gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionan productos aceptables por el cliente y a mantener a estos procesos bajo control, proporcionando así confianza tanto a la organización como a sus clientes de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consistente para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes. Ahora bien, dado que las necesidades y expectativas de los clientes con cambiantes las organizaciones deberán preocuparse en mejorar continuamente sus productos y servicios. Con lo expresado hasta el momento sobre la realidad de la organización sus necesidades en relación con la calidad, se ve que son aspectos clave:

- Satisfacción del cliente
- La confianza en que se cumplirán los requisitos
- El control de los procesos.
- La mejora de las prestaciones. (p.16)

La Tecnología de Información y Comunicación

Es importante la implementación de tecnología dentro de la micro y pequeña empresa porque ayudan a mejorar los procesos de ventas que realizan y permite ser más competitivos en el mercado al cual se enfrentan. Según tal como lo señala Tello E. (2008): La tecnología de la Información y Comunicaciones es un término que contempla toda forma de tecnología usada para crear, almacenar, intercambiar y procesar información en sus varias formas, tales como datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y otras formas, incluyendo aquellas aun no concebidas. En particular las, TIC están íntimamente relacionadas con las computadoras, software y telecomunicaciones. Su objetivo principal es la mejora y el soporte a los procesos de operación y negocios para incrementar la competitividad y productividad de las personas y organizaciones en el tratamiento de cualquier tipo de información. (p.3)

Importancia de la Tecnología de Información y Comunicación en la Micro y Pequeña Empresa.

Permiten tener una mayor competitividad aplicando las nuevas tecnologías que nos ofrece el mercado y ayudaran en la mejora del desarrollo de las ventas. Tal como lo

menciona Zorzi (2011). Es la importancia creciente del manejo del conocimiento, que es la base del uso de tic. Se observan entonces aplicaciones de TIC que incluyen servicios de inteligencia de mercados, sistemas de posicionamiento información geo-referenciada, procesos de Gestión de la relación con usuarios-clientes, nuevas estructuras empresariales, sistemas de control, uso de tecnología para certificar la calidad, inteligencia competitiva, automatización industrial, sistemas para la toma de decisiones, etc.

En la forma en que las nuevas tecnologías son usadas por las empresas y se puede diferenciar entre el uso infraestructural o genérico y el especializado. (p.16)

2.3 Marco Conceptual

Historia de las Ferreterías

Hacia finales del año 1972, la industria de la construcción empezaba su reto ascendente, el comercio se dinamiza y en esa misma medida los barrios se arrabalizaban como consecuencia del crecimiento demográfico. Con dicho crecimiento adviene el flagelo de la especulación con los productos de primera necesidad y de ciertos renglones del sector de la construcción, como las varillas y el cemento. Las varillas y el cemento, dos renglones del comercio de ferretería sólo era posible adquirirlos en el mercado negro uno, y otro, bajo los efectos de la especulación. Las autoridades de entonces, específicamente las del control de precios, asediaban al comercio minorista, pero se hacían de la vista gorda ante la realidad, ya que el cemento se expendía a precios especulativos en sus propias narices en la puerta de la fábrica del cemento. En lo referente a las varillas, tres grandes empresas de comercialización gozaban del privilegio de la monopolización del mercado de este producto. Las empresas ferreteras, muchas de ellas surgen como pequeñas tiendas instaladas en las viviendas, en las que se ofrecían: abarrotes, enseres del hogar (comales, utensilios, martillo, focos, alambre), es decir suministros para los hogares, conforme pasa el tiempo y las necesidades de los clientes cada vez son mayores estos empresarios empezaron a diversificar los productos, con el fin de servirles a aquellos trabajadores de obras, a los cuales se les facilita la compra de insumos para realizar trabajos de reparaciones y mantenimiento de viviendas, de tal manera es que las empresas ferreteras empiezan a sobresalir en el mercado en base a la necesidad de abastecer a los artesanos dedicados ciertas actividades del hogar.

Definición de Ferretería

Etimológicamente está compuesto del sustantivo “ferrete” y del sufijo “ería” que indica tienda o lugar donde se vende o se ejerce. Una ferretería es un establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos como: cerraduras, herramientas de pequeño tamaño, clavo, tornillos, silicona, persianas, por citar unos pocos. Con respecto a lo que venden estas empresas podemos mencionar los siguientes:

- **Artículos para el hogar:** La mayoría de las cosas que venden en una ferretería es para el bricolaje, pero es justo porque el bricolaje es una actividad de aficionado, no existen las ferreterías dedicadas enteramente a ellos. También se encuentran herramientas muy profesionales y de consumo muy específico.
- **Artículos y herramientas para la construcción:** Para el oficio de la albañilería venden palas, herramientas, picos varillas, y algunos tipos de materiales de construcción y, básicamente, todo lo que necesitas para hacer una pared, como ya dijimos. También venden instrumentos para soldar, material para techar y pegamentos de alta rigidez. Además, si eres carpintero serás un cliente asiduo de este tipo de lugares ya que cada pieza de herramienta que utiliza es de donde sale además de tablones, clavos, martillos, lijadoras, lijas y sierras, entre otro tipo de herramientas eléctricas.
- **Productos de cerrajería:** Para el cerrajero, que instala barreras importantísimas para preservar la seguridad de algo tiene llaves, instrumentación y materiales. En el caso de la electrónica y la electricidad, además del el cable, los apagadores, las bases y los focos, se encuentran los alambres, los cordones, las pinzas, los guantes de seguridad, los aislantes y muchas cosas más. Incluso podemos encontrar aparatos eléctricos como alarmas o equipos de audio, multímetros y cautines.
- **Artículos para plomería:** Si te dedicas a la fontanería puedes adquirir cualquier tipo de tubería hecha de varios materiales, para hacer llegar el agua y el gas a

donde tengan que hacerlo. En el caso de la decoración no se limitan, las ferreterías tienen todo para embellecer cualquier espacio de tu hogar.

Las Micro y pequeñas empresas de ferretería

Las Mypes dedicadas a la venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huarmey ofrecen una variedad de artículos que son de interés y a la vez importantes para los albañiles, gasfiteros, artesanos, plomeros, etc. para que estos puedan desarrollar su trabajo, señalar que hace años atrás Huarmey sufrió el embate de la naturaleza causada por el fenómeno del niño lo cual muchas de las construcciones y edificaciones fueron dañados, Huarmey en la actualidad es una ciudad en expansión y que además se está reconstruyendo del daño causado por el fenómeno del niño, en este sentido cabe señalar que las empresas ferreteras juegan un papel importante para brindar las herramientas, materiales y otros insumos que los clientes necesitan, no solo buscando generar una rentabilidad sino ofreciendo productos de calidad, asesorando a los clientes y brindando una buena atención al público para así de esta manera generar confianza y fidelización de los clientes.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación titulado Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019. No se planteó hipótesis, por tratarse de una investigación de tipo descriptivo y se espera resultados.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue No experimental – Transversal – Descriptiva. Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad en el estudio, solo se describió tal y como se presentó en la realidad. Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado como un inicio y un fin, específicamente en el año 2019. Fue descriptiva porque dio paso a la descripción de las principales características de la variable, gestión de calidad, dentro del contexto de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, Huarmey 2019, sobre ese resultado se elaborará una propuesta para su mejoramiento.

4.2. Población y Muestra

Población

La población de la investigación fueron todas las micro y pequeñas empresas de del sector comercio, rubro artículos de ferretería del distrito de Huarmey, provincia de Huarmey 2019, que está conformada por un total de 30 Mypes. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo 3).

Muestra

Se utilizó una muestra dirigida a 20 microempresas del sector comercio - rubro artículos de ferretería del distrito de Huarmey, año 2019. Solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para la elaboración del trabajo de investigación. (Anexo 03).

4.3. Definición y operacionalización de variables.

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representante	Son individuos que tienen por finalidad generar ingresos a partir de una idea de una negocio que tengan en mente, por ello se plantean metas y objetivos a largo plazo que les permita crecer empresarialmente, aportando finalmente al desarrollo del país y de sí mismo.	Edad	a) 18 a 30 años b) 31 a 50 años c) 51 a más años	Razón
		Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Estado civil del representante de la Mype	a) Soltero b) Casado c) Viudo d) Divorciado e) Conviviente	Nominal
		Grado de instrucción	a) Primaria b) Secundaria c) Técnico d) Universitario	Nominal
		Cargo del representante de la Mype	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Experiencia del representante en la empresa	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 años a más	Razón

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Microempresas	Las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro años de experiencia por ello los trabajadores conocen sus funciones que realizan cada uno de ellos cumpliendo los objetivos de creación	Años de funcionamiento	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Nominal
		Número de empleados	a) 01 a 05 trabajadores b) 06 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Nominal
		Condición laboral de los trabajadores	a) Eventuales b) Permanentes	Nominal
		Personas que trabajan en su empresa son:	a) Familiares b) Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	a) Generar ganancias b) Subsistencia	Nominal

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad .	Los empresarios que dirigen las micro y pequeñas empresas tienen un cierto conocimiento de Gestión de Calidad y utilizan técnicas modernas y no tengan dificultades en la implementación, la técnica de medición al rendimiento del personal es mediante la observación cumpliendo con los objetivos de implementación en la permanencia del mercado.	Conocimiento de Tecnología de Información y Comunicación	a)Si b)No	Nominal
		Implementación de Tecnología de Información y Comunicación	a)Si b)No	Nominal
		Conoce gestión de calidad	a)Si b)No c)Tiene poco conocimiento	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio	a)Si b)No	Nominal
		Medios de Tecnología de Información y Comunicación que utiliza para el control de los productos	a)Computadoras b)Listado de productos c)Otros	Nominal
		Uso de internet para ejecutar compras de mercadería para su negocio	a)Si b)No c)A veces	Nominal
		Beneficios al utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación	a) Incrementar las ventas b) Hacer conocida a la empresa c)Identificar las necesidades de los clientes d)Ninguna porque no lo utiliza	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para el trabajo de investigación fue la encuesta que se aplicó a las 20 Micro y pequeñas empresas, donde nos permitió recolectar datos de los representantes. El instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado por 20 preguntas los cuales se desglosaron de la siguiente manera: Referente al representante de la Mypes (6 preguntas), Referente a las Micro y Pequeñas empresas (5 preguntas), Referente a las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad (7 preguntas), las mismas que fueron preparadas minuciosamente sobre los hechos y aspectos que interesan en la investigación.

4.5. Plan de análisis

- Se utilizó el programa Excel, en donde se elaboró los cuadros y las tablas estadísticas, que permitieron hacer un conteo sistémico, y también para la creación de las figuras circulares donde se pueden visualizar los datos finales de las encuestas.
- Se utilizó el programa Word, para el desarrollo del trabajo de investigación en donde se redactó detalladamente a la presente investigación.
- Se utilizó el programa Pdf, para la conversión del trabajo de investigación para que sea revisado y calificado por el docente.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población Muestral	Métodos	Técnicas- Instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del</p>	<p>Objetivo General Determinar las principales características de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.</p> <p>Objetivos Específicos - Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019. - Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector</p>	<p>Gestión calidad: Es un medio por el cual ayuda a la empresa a mejorar sus procesos y procedimientos para que la misma se dirija de una manera correcta al logro de las metas y objetivos, por ello se enfoca primordialmente en los colaboradores para que los mismos aprendan y tengan conocimiento sobre cómo hacer un trabajo más eficaz y eficiente.</p>	<p>Población: La población de la investigación fueron todas las micro y pequeñas empresas de del sector comercio, rubro artículos de ferretería del distrito de Huarmey, año 2019, que está conformada por un total de 30 Mypes</p> <p>Muestra: Se utilizó una muestra dirigida a 20 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artículos de ferretería del distrito</p>	<p>Diseño de la investigación: El diseño de la investigación fue No experimental – Transversal. Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad en el estudio, solo se describió tal y como se presentó en la realidad. - Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

<p>sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019?</p>	<p>comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.</p> <p>- Describir las características de las tecnologías de la información y la comunicación, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.</p> <p>- Elaborar un plan de mejora de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.</p>		<p>de Huarmey, año 2019.</p>	<p>como un inicio y un fin, específicamente en el año 2019.</p>	
--	---	--	------------------------------	---	--

4.7 Principios Éticos

Principio de Beneficencia y no maleficencia.- Se aseguró el bienestar de las personas que participaron en las investigaciones.

Principio de Justicia, se ejerció un juicio razonable, ponderable y se tomaron las precauciones necesarias para asegurarse de que los sesgos, y las limitaciones de las capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Todos los involucrados tienen el derecho a la igualdad y un trato justo.

Principio de respeto: Se respetó en todo momento a las personas entrevistadas.

Principio de confidencialidad: la encuesta se efectuó de forma anónima, para que no se pueda contar la información y realidad problemática que se tiene dentro de las micro y pequeña empresa.

Principio de confiabilidad: Porque los datos que se muestran se encuentran en libros, páginas web, etc.

Principio de integridad: Porque se va a dar a conocer el resultado de la investigación sin manipular ninguna información.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

Datos generales	n	%
Edad		
De 18 -30 años	5	25.00
De 31 -50 años	11	55.00
De 51 a más años	4	20.00
Total	20	100.0
Género		
Masculino	14	70.00
Femenino	6	30.00
Total	20	100.00
Estado civil		
Casado	9	45.00
Soltero	4	20.00
Conviviente	5	25.00
Divorciado	2	10.00
Viudo	0	0.00
Total	20	100.00
Grado de instrucción		
Primaria	1	5.00
Secundaria	10	50.00
Técnico	6	30.00
Universitario	3	15.00
Total	20	100.00
Cargo		
Dueño	15	75.0
Administrador	5	25.0
Total	20	100.0
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	4	20.00
4 a 6 años	6	30.00
7 a más años	10	50.00
Total	20	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

De la empresa	n	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	2	10.00
4 a 6 años	3	15.00
7 años a más	15	75.00
Total	20	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	19	95.00
6 a 10 trabajadores	1	5.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	20	100.00
Condición laboral		
Permanentes	18	90.00
Eventuales	2	10.00
Total	20	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	6	30.00
Personas no familiares	14	70.00
Total	20	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	19	95.00
Por subsistencia	1	5.00
Total	20	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

Tabla 3

Características de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad	n	%
Término Tecnología de Información y Comunicación		
Si	8	40.00
No	12	60.00
Total	20	100.00
La implementación de la Tecnología de Información y Comunicación tendría un mejor control de ventas en la empresa		
Si	19	95.00
No	1	5.00
Total	20	100.00
Conoce el termino Gestión de Calidad		
Si	14	70.00
No	6	30.00
Total	20	100.00
La Gestión de calidad contribuye a una mejoría del negocio		
Si	20	100.00
No	0	0.00
Total	20	100.00

Continúa...

Medios de Tecnología para el control de los productos		
Computadoras	3	15.00
Listados de los productos	10	50.00
Otros	7	35.00
Total	20	100.00
Uso del internet para las compras de mercadería		
Si	6	30.00
Aveces	12	60.00
No	2	10.00
Total	20	100.00
Beneficios de las TIC dentro de su empresa		
Incrementar ventas	8	40.00
Hacer conocida la empresa	10	50.00
Identificar las necesidades de los clientes	2	10.00
Ninguna porque no utiliza	0	0.00
Total	20	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019.

Tabla 4*Propuesta de mejora*

Problemas Encontrados	Causas	Propuesta de Mejora	Responsable
Desconocen del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como herramienta de gestión.	Desconocimiento de las ventajas del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los negocios.	Realizar capacitaciones sobre el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los negocios, con el propósito de mejorar la productividad.	Gerente y/o propietario
Poca participación en el mercado.	Por falta del uso y la implementación de las TIC en los procesos de compra y venta de los artículos del negocio.	Buscar una participación activa en el mercado implementando sistemas de control de mercaderías y ventas, para así de esta manera incrementar la rentabilidad de la mype.	Gerente y/o propietario
Regular satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La atención algunas veces es lento debido a la falta de programas de control de ventas.	Brindar una atención de manera anticipada, aplicando las TIC de manera oportuna mediante el control de las mercaderías y promoción a través del internet y las redes sociales.	Gerente y/o propietario
Posicionamiento frente a la competencia (el cliente no reconoce el negocio).	Poco interés de los empresarios en invertir en programas de control de ventas e implementación de las TIC en el negocio.	Incentivar a que los empresarios implementen un sistema de control de mercaderías y promoción través del internet y las diferentes redes sociales.	Gerente y/o propietario
La rentabilidad de la empresa es baja.	La rentabilidad es baja porque no hay mejora en cuanto a uso de programas de control de ventas e implementación de las TIC.	Analizar los proveedores del sector, utilizar las TIC para poder realizar las compras de mercadería, con el fin de reducir los costos de ventas.	Gerente y/o propietario
Regular cumplimiento del programa de entregas	Cuentan algunas veces con ciertos modelos o stock para la entrega en el momento.	Crear una base de datos para identificar el stock de mercadería que existe en inventario y realizar los pedidos en el momento adecuado.	Gerente y/o propietario

Fuente: Elaborado por el Autor.

5.2 Análisis de resultados

Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Edad de los representantes: El 55% tienen de entre 30 a 50 años de edad (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Torres, (2015) donde menciona que el 80.0% tiene entre 31 y 50 años, también coinciden con los resultados de Ríos, (2014) quien menciona que el 55.5% tiene de 31 a 50 años. Pues de esta forma se puede observar que la edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019, son generalmente administrados por personas adultas. Ya que se considera muy importante la edad pues con los años de experiencia se han adquirido madures suficientes para enfrentar y solucionar los problemas que se presenten.

Con respecto al género de los representantes: El 70% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, estos resultados coinciden con lo encontrado por Poma (2015), Rubio (2014) quienes manifiestan que el 83%, 89% respectivamente, son de género masculino. Esto demuestra que en su mayoría de los representantes de las Mypes del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019; son dirigidas por personas de género masculino por su experiencia en el rubro.

Estado Civil (Tabla 1): El 55% de los representantes legales de las Mypes son casados.

Grado de Instrucción (Tabla 1): El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, expresan que cuentan con un nivel de estudios de secundaria. Todo esto indica que la mayoría de los representantes de las Mypes formaron su negocio sin tener una educación superior.

Cargo que ocupan. El 30% ocupan el cargo de administrador (Tabla 1), estos resultados contrastan con los resultados que obtuvieron Torres, (2015); quien obtuvo que el 60%, son los dueños del negocio. Esto manifiesta que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019, están siendo dirigidas por sus mismos dueños empleando sus años de

experiencia y buscando la mejor rentabilidad para su propia empresa, pero de todos modos empre brindando la facilidad de que sean administrados por terceros.

Con respecto al tiempo que desempeña el cargo: El 50 % de los representantes de las micro pequeñas empresas tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo, estos resultados coinciden con lo encontrado por Rubio (2014), quienes manifiestan el 67% tiene más de 7 años en el trabajo. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Mypes del sector comercio se desempeñan más de 7 años en el cargo teniendo conocimiento en el manejo de las ventas por el tiempo de experiencia que vienen desarrollando.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

El 75% tienen Más de 7 años de funcionamiento (Tabla 2). Estos resultados coinciden con Rubio, (2014) quien nos menciona que el 56% tienen Más de 5 años de actividad. Estos nos demuestra que la mayoría, tienen Más de 7 años de funcionamiento. Porque las empresas de hoy que son administradas por los dueños han tenido buena aceptación por parte de sus clientes y eso les ha permitido perdurar durante muchos años en el negocio.

El 95% tienen de 01 a 05 empleados y el 5% tienen de 06 a 10 empleados (Tabla 2). Estos nos demuestra que la mayoría, tienen de 01 a 05 empleados. Porque las empresas han decidido minimizar los costos y eso los llevo a contratar menos personal para invertir en más capital y finalmente satisfacer la demanda de sus clientes.

Condición laboral de los trabajadores (Tabla 2): El 90% de los trabajadores de las mypes cuentan con estabilidad permanente.

Personas que trabajan en la empresa. Del 70% de las micro y pequeñas empresas sus trabajadores no son sus familiares y del 30 % si son sus familiares (Tabla 2). Asumiendo que las micro pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019, trabajan mejor con personas que no son de su círculo familiar, será quizá por la mejor adaptación al giro de negocio al que se dedican.

El 95% tienen por objetivo de creación Generar ganancias (Tabla 2). Estos resultados coinciden con Rubio, (2014) quien manifiesta que el 89% tienen por finalidad u objetivo obtener ganancias. Esto nos demuestra que la mayoría, tienen por objetivo Generar ganancias. Porque las empresas buscan siempre ese beneficio que les incentive a seguir adelante es por ello que las mismas buscan ese espacio en el mercado para seguir obteniendo más ganancias.

Características de las tecnologías de la información y la comunicación, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

Término Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC). El 60% no conoce el término Tic, el 40% si conoce el termino Tic (Tabla 3). Esto quiere decir que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019, no tienen mucho conocimiento sobre el uso de tecnología de la información y la comunicación y por dicho motivo pues se debería poner en práctica el uso de estas herramientas para obtener mejores resultados en sus Mypes.

Con respecto a la implementación de Tecnología de Información y Comunicación tendría un mejor control de ventas en la empresa: El 95% de los representantes indican que con la implementación si tendrían un mejor control. Esto demuestra que la mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019; responden de una manera positiva que con la implementación de la tecnología informática y comunicación es el apoyo en todas las áreas y actividades de la empresa y permitirá brindar un buen servicio a los clientes.

Con respecto al término de Gestión de Calidad: El 70% de los representantes encuestados respondieron que si conocen el término de gestión de Calidad. Esto demuestra que los representantes de las Mypes del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019; si conocen el significado Gestión de Calidad pero es necesario que se realicen capacitaciones de cómo se debe implementar un sistema de gestión de calidad en las mype.

Gestión de Calidad contribuye a mejorar el negocio. El 100% si considera que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el negocio (Tabla 3) estos datos fueron comprado con otros resultados y coinciden con los resultados de Ríos, (2015) quien obtuvo como resultado que el 85%, sí consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio. Entonces las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019; sí considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, ya que es muy cierto porque la gestión de calidad es una técnica que brinda muchos beneficios al ser aplicada en la administración de las micro y pequeñas empresas, ahora si se está aplicando es probable que se esté obteniendo mejores resultados.

Con respecto a los medios de Tecnología de Información y Comunicación utilizan es su empresa: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que utilizan listados de los productos para llevar el control de los productos. Esto demuestra que la mayoría de Mypes del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019; llevan un control de sus productos utilizando un listado de ingresos y salidas.

Uso de internet. El 60% a veces hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería de su empresa, el 30% sí hace uso del internet y el 10% no hace uso del internet (Tabla 3). Esto hace referencia que las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019, a veces hacen uso de internet para realizar sus respectivos pedidos, esto les es más conveniente ya que no invierten demasiado tiempo en hacer sus compras teniendo que ir a las distribuidoras o esperar a los pre vendedores para hacer sus pedidos.

Beneficios de las TIC. El 50% de los representantes aseguran que, gracias al uso de las TIC, han hecho conocida a la empresa, el 40% incrementar las ventas y el 10% Identificar las necesidades de los clientes. Esto demuestra que la mayoría, aunque no conocían en un principio que son las TICS, han demostrado que aplican estas herramientas, pero no en todo su potencial, en este caso usas las redes sociales para hacer más reconocida a la empresa.

Elaborar un plan de mejora de las tecnologías de la información y la comunicación, como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

1. DIAGNÓSTICO GENERAL

Matriz de la estrategia FODA	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	<p>Crecimiento del segmento de mercado ferretero.</p> <p>Clientes de hoy día buscan una buena atención con respecto a los productos de ferretería que están buscando.</p> <p>Clientes valoran la atención de manera rápida y oportuna.</p>	<p>Los clientes de hoy día demandan un servicio de calidad por parte de los negocios de ferretería.</p> <p>La falta de implementación de las TIC hace que el cliente opte por otros negocios de la competencia.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>Ofrecer productos de calidad a través de los medio de comunicación.</p> <p>Lograr incrementar las ventas del negocio.</p>	<p>F-O</p> <p>Aprovechar la creciente demanda de artículos de ferretería, brindando un servicio de calidad.</p> <p>Realizar promociones empleando las TIC.</p>	<p>F – A</p> <p>Aprovechar el servicio diferenciado del personal, para lograr generar más confianza con los clientes que demandan calidad.</p>
<p>Debilidades</p> <p>Resistencia al cambio</p> <p>Infraestructura inadecuada.</p>	<p>D-O</p> <p>Gestionar el cambio, y aprovechar el crecimiento del mercado.</p>	<p>F – A</p> <p>Mejorar la atención al cliente, brindando una atención oportuna utilizando las TIC como herramienta fundamental para el logro de resultados óptimos.</p>

2. Indicadores de Gestión.

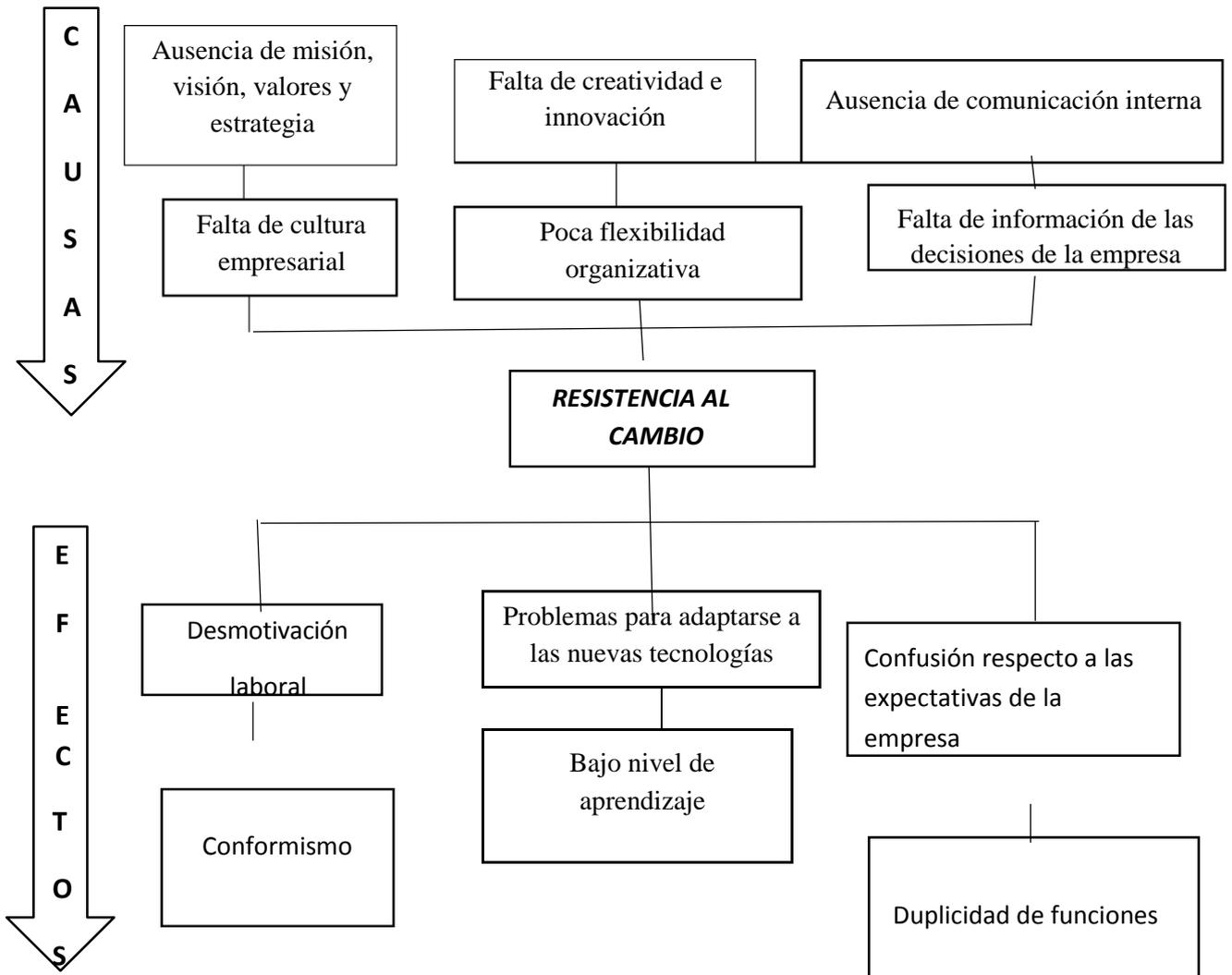
Indicadores	Indicadores
Nivel de uso de la TIC	Nivel de uso de las TIC es baja
Participación en el mercado	No han obtenido mucha participación
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La satisfacción de los clientes es regular
Posicionamiento frente a la competencia	No reconoce el negocio
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad de la empresa es baja.
Cumplimiento del programa de entregas	Cumplimiento del programa de entregas es regular.

3. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Nivel de uso de la TIC	Nivel de uso de las TIC es baja	Por la falta de conocimiento acerca de la importancia y las ventajas del uso de las TIC
Participación en el mercado	Poca participación en el mercado	Por falta del uso y la implementación de las TIC en los procesos de compra y venta de los artículos del negocio
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	Regular satisfacción de los clientes	La atención algunas veces es lento debido a la falta de programas de control de ventas
Posicionamiento frente a la competencia	El cliente no reconoce el negocio	Poco interés de los empresarios en invertir en programas de control de ventas e implementación de las TIC en el negocio
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad de la empresa es baja	La rentabilidad es baja porque no hay mejora en cuanto a uso de programas de control de ventas e implementación de las TIC
Cumplimiento del programa de entregas	En este caso el cumplimiento de entrega es regular	Cuentan algunas veces con ciertos modelos o stock para la entrega en el momento

1. **Causas** (Utilizando el diagrama de espina causa- efecto, tormenta de ideas, etc.).

Árbol de causa – efecto



1. Establecer soluciones.

1.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Nivel de uso de la TIC	Nivel de uso de las TIC es baja	Promover el uso de las TIC en las mypes dando a conocer y promocionando a través de las redes sociales los productos de calidad que ofrece la mype.
Participación en el mercado	El nivel de participación es baja	Buscar una participación activa en el mercado implementando sistemas de control de mercaderías y ventas, para así de esta manera conseguir más clientes e incrementar la rentabilidad de la mype.
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La satisfacción de los clientes es regular	Brindar una atención de manera anticipada, aplicando las TIC de manera oportuna mediante el control de las mercaderías y promoción a través del internet y las redes sociales, informando al cliente de la calidad y las características de los productos a ofrecer.
Posicionamiento frente a la competencia	El cliente no reconoce el negocio	Incentivar a que los empresarios implementen un sistema de control de mercaderías y promoción a través del internet y las diferentes redes sociales, buscando de esta manera diferenciarse de la competencia y posicionarse en el mercado brindando un producto y atención de calidad.
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad de la empresa es baja	Analizar los proveedores del sector, utilizar las TIC para poder realizar las compras de mercadería, con el fin de reducir los costos de ventas, asimismo realizar campañas de promoción y los descuentos; hacer que la marca llegue a más personas motivar al personal en cuanto a las ventas a través de bonos o incentivos.
Cumplimiento del programa de entregas	En este caso el cumplimiento de entrega es rápida	Crear una base de datos para identificar el stock de mercadería que existe en inventario y realizar los pedidos en el momento adecuado, de manera que cuando se realice la venta la entrega sea de manera inmediata.

1.2 Estrategias (que se desean implementar)

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Incentivar el uso de las TIC en la mype	Falta de capacitación acerca del uso de las TIC	6 meses	Mayor cartera de clientes.	Planificar la mejora en cuanto al uso de las TIC.
2	Aplicar un sistema de control de mercaderías y ventas	Falta de inversión para aplicar un sistema de control de mercaderías y ventas	1 año	Mejora en cuanto a las ventas del producto, realizar las compras de mercaderías de manera oportuna, competir en precios con otras marcas y mejorar la publicidad del producto.	Buscar la ayuda de un ingeniero de sistemas que pueda apoyar en la implementación de un sistema de control de mercaderías y ventas.
3	Variedad de productos en stock	No cuentan con productos o artículos que requieren algunos clientes	1 año	Mayor ingreso Económico en la empresa. Mayor interés por la marca.	Priorizar en cuanto a las necesidades de los clientes. Captar la atención de los clientes mediante la implementación de un programa de control de mercaderías y ventas.
4	Dar a conocer la marca mediante el uso de las TIC	No cuentan con presupuesto suficiente para realizar la campaña	1 año	Dar a conocer la marca y la calidad del producto que ofrece la mype.	Conocer las ventajas de implementar un sistema de gestión de mercaderías y ventas.
5	Analizar los proveedores del sector utilizando las TIC.	Algunos no cuentan con los suficientes proveedores.	1 año	Mayor variedad de productos y diseños. Reducción de costos.	Manejar una cantidad necesaria de productos que ayuden a mejorar el interés de los clientes en cuanto a la marca y diseño, utilizar las TIC para poder realizar las compras de mercadería, con el fin de reducir los costos de ventas, asimismo realizar campañas de promoción y los descuentos.
7	Crear una base de datos para identificar el stock	No utilizan un control del stock de los productos.	1 mes	Mayor control de los productos en stock.	Contar con una base de datos que ayuden a localizar la mercadería que se tiene en stock.

1.1. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos
- Tiempo

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Incentivar el uso de las TIC en la mype	Realizar capacitaciones acerca del uso de las TIC en la mype	s/.800 mensuales.	Páginas web Redes sociales	6 meses
2	Aplicar un sistema de control de mercaderías y ventas	Un especialista en TIC	s/.1500 mensuales	Software	8 Meses
3	Variedad de productos en stock	Mayor proveedores	s/. 2000 mensual (Variable de acuerdo a la cantidad de productos que se adquiera)	Industrial	1 año
4	Dar a conocer la marca mediante el uso de las TIC	Diseñador web	s/.1000 mensuales	Páginas web	1 año
5	Analizar los proveedores del sector.	Personal de compras	s/.950 mensuales	Industrial	1 año
6	Crear una base de datos para identificar el stock	Ingeniero de sistemas	s/.2000	Software	7 meses

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019; son dirigidas por personas de 31 – 50 años y son de género masculino pero la mayoría relativa tiene un grado de instrucción secundaria y son dirigidas por los propios dueños, llevan más de 7 años desempeñándose en el cargo.

Se llega a concluir que las empresas en su mayoría de las Mypes del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019 tienen un tiempo de funcionamiento de 7 a más años en el mercado, Estas micro y pequeñas empresas en estudio también en su mayoría absoluta tienen de 1 a 5 trabajadores, siendo la mayoría de ellos personas no familiares a los representantes. Y la mayoría de estas micro y pequeñas empresas tienen como objetivo, generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio. No conocen sobre Tecnología de Información y Comunicación, en su mayoría opinan que con la implementación tendrían un mejor control en las ventas. También se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019; si tienen un conocimiento en cuanto a la gestión de calidad se refiere, también consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Además la mayoría de los representantes del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019 utilizan el listado de los productos para llevar su control de los productos y también mencionan que si hacen uso del internet para ejecutar sus compras. Finalmente aseguran que, gracias al uso de las TIC, se ha hecho conocida a la empresa y se han incrementado las ventas la empresa.

Se elaboró la propuesta de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación (tabla 4).

VII. RECOMENDACIONES

Capacitar de los representantes del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019, con temas de implementación de tecnologías en los negocios, de manera que se realice un trabajo de manera coordinada y se pueda lograr resultados óptimos para las mypes.

Capacitar a los trabajadores constantemente y puedan adaptarse a los cambios que se realice al implementar tecnología en los procesos de ventas. Asimismo buscar asesoramiento de expertos para implementar programas de capacitación sobre el uso tecnologías de la información y comunicación, y así de esta manera mejorar las operaciones, optimizando los recursos, incursionando en nuevos mercados y mejorando la comunicación con los empleados y clientes, proveedores, etc.

Implementar un sistema actualizado para el control de las ventas, el ingreso y ventas diarias de los artículos de ferretería, ello permitirá contar con la información precisa acerca de las entradas y salida de mercadería y finalmente se podrán conocer mejor el monto de la compra ya sea diaria o semanalmente, lo que permitirá tomar las mejores decisiones para el negocio.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la presente investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arinaitwe, J. K. (2006). *Factors Constraining the Growth and Survival of Small Scale Businesses. A Developing Countries Analysis. Journal of American Academy of Business*, 8(2), 167-178. Recuperado de: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15507/13567>
- Benner, J. (s/f) *Principales beneficios de la ley Mype*, recuperado de: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=C1DED215-5C9C-44B1-9CE0-10484048C5F1.PDF>
- Cortez, J, (2017). *Sistema de gestión de calidad*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+gestion+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjSnaziLHeAhXB6FMKHbCdCAE4ChDoAQgrMAE#v=onepage&q&f=false>
- Economipedia (s/f) *Definición de productividad*, recuperado de: <http://www.economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Espinoza, L (2017). *Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de ropa, galería señor de Los Milagros de Huarney, año 2016*. (Tesis pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043057>
- Guzmán, I. (2013). *Caracterización gestión de calidad y formalización de las Mypes rubro librerías de la ciudad de Piura, año 2013* (Tesis de pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Piura, Perú. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034229>
- Ley N° 28015 (artículo 2, 2003). *Ley N° 28015 Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 03 de julio de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
- Ley N° 28015 (artículo 5, 2013). *Ley N° 28015 Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 03 de julio de

http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Medina, R. (2013). *Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa*. Recuperado el 6 de enero de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/viewFile/829/489>

Mochón, F. (2009). *Principios de Economía. Tercera edición*. McGraw-Hill. Recuperado de: https://issuu.com/milton.quesada/docs/principios_de_macroeconom__a_franci

Núñez, D. S. E. (2011). *Gestión tecnológica en la empresa: definición de sus objetivos fundamentales*. Revista de ciencias sociales. 17(1), 2011. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Okpara, J. & Wynn, P. (2007). *SAM Advanced Management Journal*, 72(2), 24–34. Recuperado el 15 de mayo de 2009, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=25810284&lang=es&site=ehost-live>

Pérez, J. Gardey, A. (2014). *Definición del sistema de gestión de calidad*. Recuperado de, <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>

Poma, J. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz, 2015* (Tesis de pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038640>

Regalado, H. R. (2007). *Las mipymes en Latinoamérica*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Ríos, S. (2014). *Relación entre la implementación de sistemas de gestión de calidad*. Recuperado de, <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13240/1/Ensayo%20Grado%20Final.pdf>

- Rubio, Y. (2014). *Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en la Mypes del sector comercio rubro-venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, 2014* (Tesis de pregrado). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034216>
- Santander, C. (2013). *Estrategias para inducir la formalidad de la mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva*. Recuperado de, http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4961/SANTANDER_CJUNO_CINTYA_INDUSTRIA_GRAFICA.pdf?sequence=1%20pag.18%205/5/16
- Sausser, W. I., Jr. (2005). *Starting Your Own Business? Prepare for Success*. SAM Management in Practice, 3(1), 1-4.
- Tapia, C. (2016). *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del mercado las Malvinas de Chimbote, 2013*, Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1395/ESTRATEGIAS_COMPETITIVIDAD_TAPIA_MONZON_CAROLAY_NARJHIR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tello, A. (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Recuperado de, [file:///D:/Downloads/DialnetImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnElD5157875%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/DialnetImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnElD5157875%20(1).pdf)
- Tello, E. (2007). *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*. Recuperado de, <https://www.raco.cat/index.php/Rusc/article/viewFile/78534/102611>
- Zorzi, A. (2011). *Las tic en el desarrollo de las Pymes*. Recuperado de, <http://pymespracticass.typepad.com/files/tic-y-pymes-en-al-final-2011.pdf>

Anexo 01: Cronograma de actividades para la elaboración del informe final de tesis

Anexo N° 07

Esquema del cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES					
N°	Actividades	AÑO 2019			
		Semestre			
		1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x			
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			x	
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación		x		
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación		x		
5	Mejora del marco teórico y metodológico		x		
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información			x	
7	Elaboración del consentimiento informado (*)		x		
8	Recolección de datos		x		
9	Presentación de resultados		x		
10	Análisis e Interpretación de los resultados			x	
11	Redacción del informe preliminar	x			
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación			x	
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación			x	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación			x	
15	Redacción de artículo científico				x

ANEXO 2: Esquema de Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.30	60	18.00
• Fotocopias	0.10	180	18.00
• Empastado	50.00	1	50.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	1.00	13	13.00
• Lapiceros	1.00	2	2.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			201.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	6.00	5	30.00
Sub total			30.00
Total de presupuesto desembolsable			231.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			883.00

(*) se pueden agregar otros suministros que se utiliza para el desarrollo del proyecto.

Anexo 3: Directorio de las MYPES del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarmey, año 2019.

N°	RUC	NOMBRE O RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	DISTRITO
1	20541656503	JORGE LUIS SAL Y ROSAS SAAVEDRA	FERRETERIA MICAELA	AV. GARCILASO DE LA VEGA MZ. S LT. 27	HUARMEY
2	10479572661	LESLIE GAMARRA CHILET	FERRETERIA YERIKO	JR. 2 DE MAYO 163	HUARMEY
3	10447266615	DIANA FARROMEQUE ROMERO	FERRETERIA & MULTISERVICIOS FABIO	JR GRAU MZ A LT 6	HUARMEY
4	10447011226	LUIS SANCHEZ ROCCA	FERRETERIA ARIANNA	AV ALBERTO REYES	HUARMEY
5	10321259087	CAROLINA CURI REYES	SUMINISTROS GENERALES JIMCAR	JR LOS ANDES N°139	HUARMEY
6	10329320818	AIDA AGUILAR BENITES	FERRETERIA CARLOS	GALERIA SEÑOR DE LOS MILAGROS	HUARMEY
7	10321350149	MILLER FABIANI DE PAZ FLORES	FERRETERIA CHARITO	MERCADO MODELO 2DA ETAPA	HUARMEY
8	10435783835	YESENIA MARCELINO GUILLERMO	NEGOCIOS E INVERSIONES PAMAR	AV AIJA 118	HUARMEY
9	10416492374	JOSE LUIS DE PAZ FLORES	FERRETERIA LA SOLUCIÓN	AV. AIJA 114	HUARMEY
10	10321239272	GILBERTO CHUMBES REYES	FERRETERIA ANGELA	AV GARCILASO DE LA VEGA MZ R LT 46	HUARMEY

Continúa...

Conclusión

11	10321340780	TORIBIO ESCOBAR MOGOLLON	FERRETERIA ZOHANITA	A.H NERY MZ A LT 11	HUARMEY
12	10321219051	ELISEO PAREDES AGUILAR	FERRETERIA PAREDES	AIJA MZ A LT 19 - FRENTE A FERRET. SANTA MARIA	HUARMEY
13	20445766861	GERMAN CONSTANTINO SAL Y ROSAS GONZALES	MACOFER E.I.R.L	EL CARMEN MZ A LT 6	HUARMEY
14	10438723230	SANTIAGO VILLANUEVA LESCANO	FERRETERIA TAYS	AIJA MZ D LT 7	HUARMEY
15	10317668959	VICTORIA BERROCAL CARRANZA	FERRETERIA MIGUELITO	JR GALVEZ MZ R LT 5 - LA VICTORIA	HUARMEY
16	10321354853	MARIA HUAYTA TINOCO	FERRETERIA ERWIN	1RA CUADRA MARISCAL CASTILLA MZ L LT 8-A	HUARMEY
17	20541656503	JORGE SALYROSAS	CONSTRUCTORA & MULTISERVICIOS SAAVEDRA S.A.C.	AV GARCILASO MZ S LT 27	HUARMEY
18	20531775571	JOEL FERNANDEZ CASTRO	FERRETERIA SANTA MARIA S.AC.	JR AIJA LOTE 11	HUARMEY
19	10444245633	RUDY BERROCAL MEJIA	FERRETERIA NILALY	AV ALBERTO REYES 128	HUARMEY
20	20541643517	VERONICA CASTILLO MORANTE	CONSTRUCCIONES ANDREITA EIRL	PANAMERICANA NORTE KM 293	HUARMEY

Anexo 4



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional De Administración

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPES del sector y rubro indicado, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de Investigación denominada: **“Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Huarney, año 2019”**.

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

ENCUESTA

I. DATOS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES

1. Edad Del Representante De La Mype

- a) 18 -30
- b) 31 – 50
- c) 51 a más

2. Genero Del Representante De La Mype

- a). Masculino
- b). Femenino

3. Estado Civil Del Representante De La Mype

- a). Soltero
- b). Casado

- c). Viudo
- d). Divorciado
- e). Conviviente

4. Grado De Instrucción Del Representante De La Mype

- a). Primaria
- b). Secundaria
- c). Técnico
- d). Universitario

5. Cargo Del Representante De La Mype

- a). Dueño
- b). Administrador

6. Experiencia Del Representante En La Empresa

- a). 0 A 3 Años
- b). 4 A 6 Años
- c). Más De 6 Años

II. DATOS DE LAS CARACTERISTICAS DE LA MYPE

7. ¿Cuántos años tiene la empresa funcionando?

- a). 0 a 3 años
- b). 4 a 6 años
- c). Más de 7 años

8. ¿Cuál es el número de trabajadores que tiene la empresa?

- a). 01 a 05 empleados
- b). 06 a 10 empleados
- c). Más de 10 empleados

9. ¿Cuál es la condición laboral de los trabajadores?

- a) Eventuales
- b) Permanentes

10. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

11. Objetivo De Creación De La Empresa

- a). Generar ganancias
- b). Subsistencia
- c). Dar empleo a familias

III. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

12. ¿Conoce el termino Tecnología de Información y Comunicación?

- a) Si
- b) No

13. ¿Cree usted que con la implementación de la Tecnología de Información y Comunicación tendría un mejor control de ventas en la empresa?

- a) Si
- b) No

14. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

15. ¿La Gestión de calidad contribuye a una mejoría del negocio?

- a) Si
- b) No

16. ¿Qué medios de Tecnología de Información y Comunicación utiliza en su empresa para el control de los productos?

- a) Computadoras
- b) Listados de productos
- c) Otros

17. ¿Hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería para su empresa?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

18. ¿Qué beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa?

- a) Incrementar las ventas
- b) Hacer conocida a la empresa
- c) Identificar las necesidades de los clientes.
- d) Ninguna porque no lo utiliza

Anexo 5

Figuras

1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas empresas

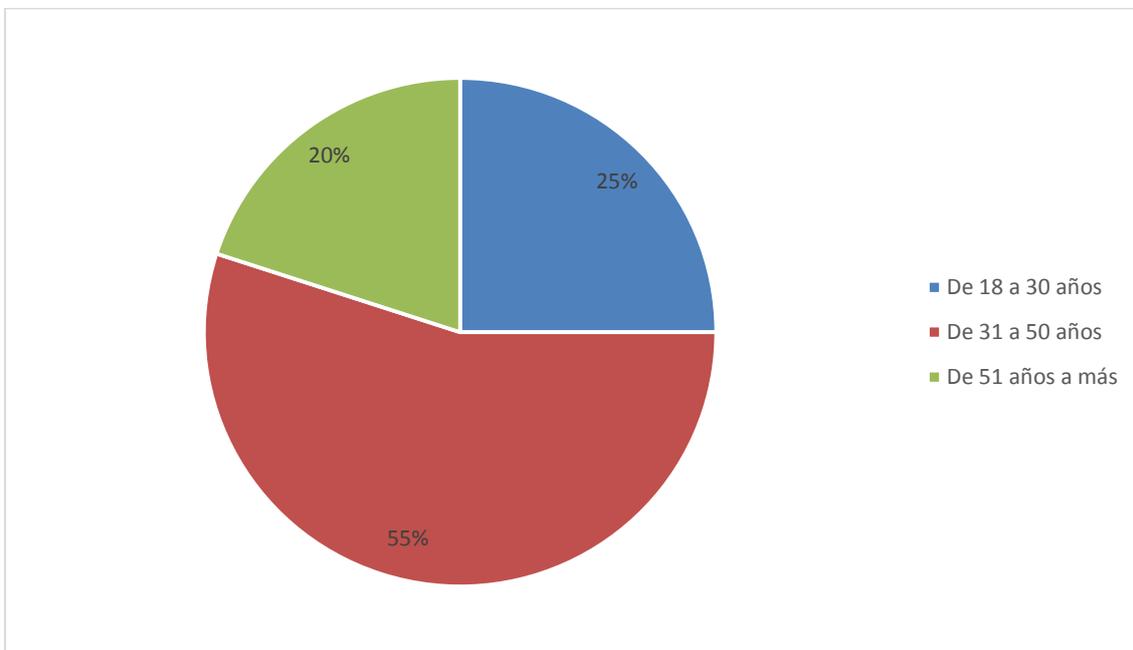


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

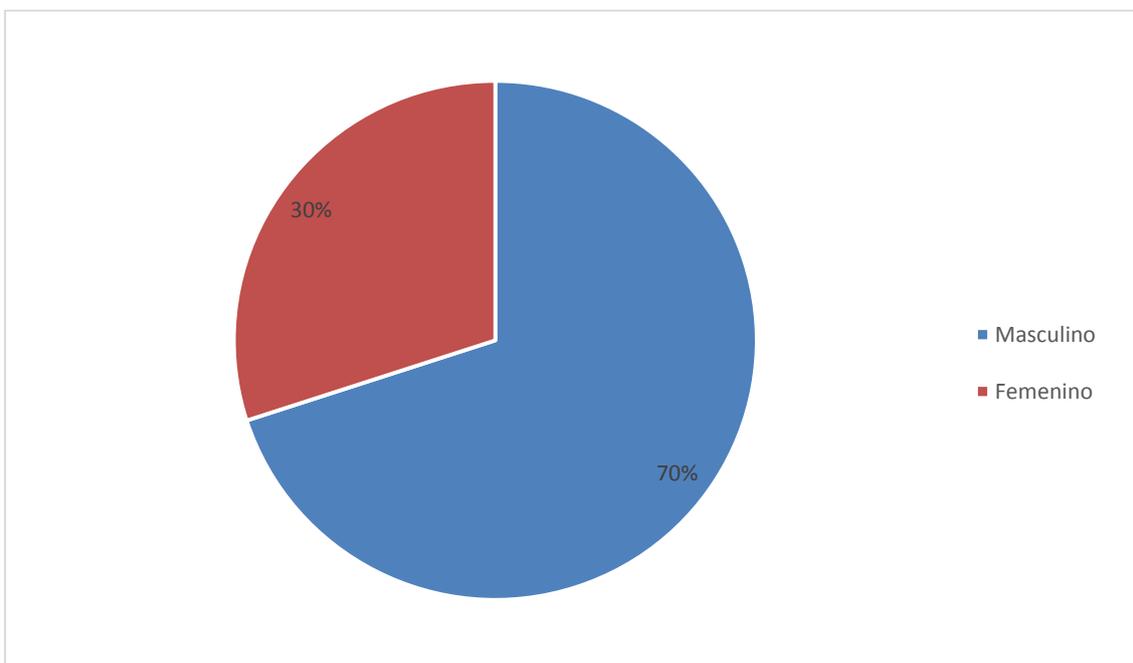


Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1

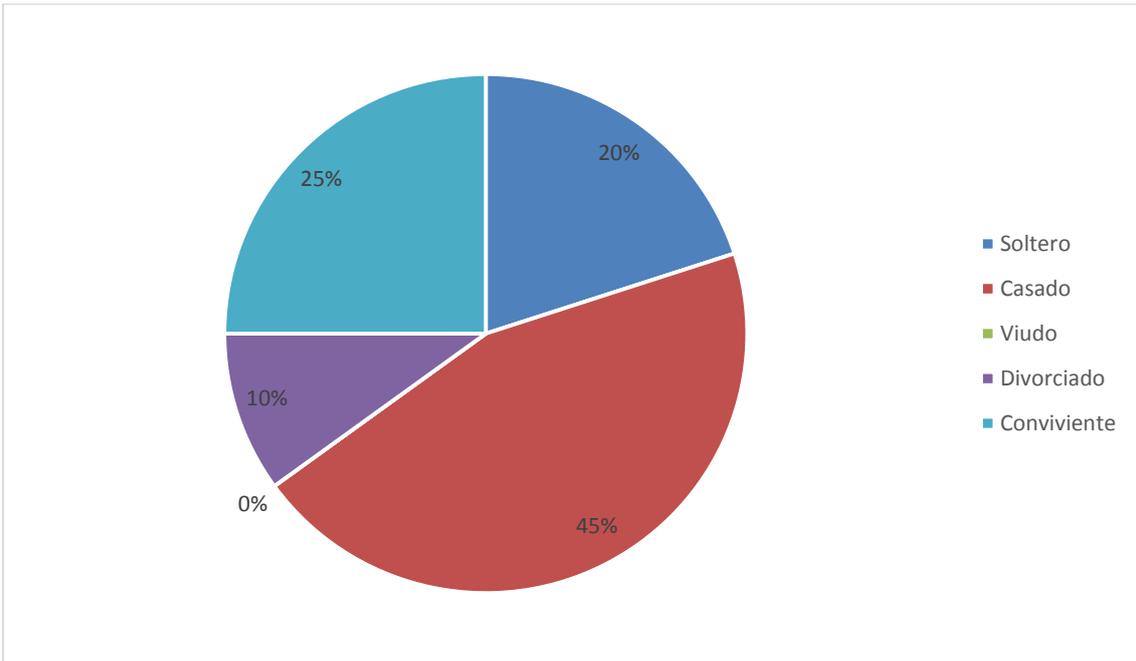


Figura 3. Estado civil

Fuente. Tabla 1

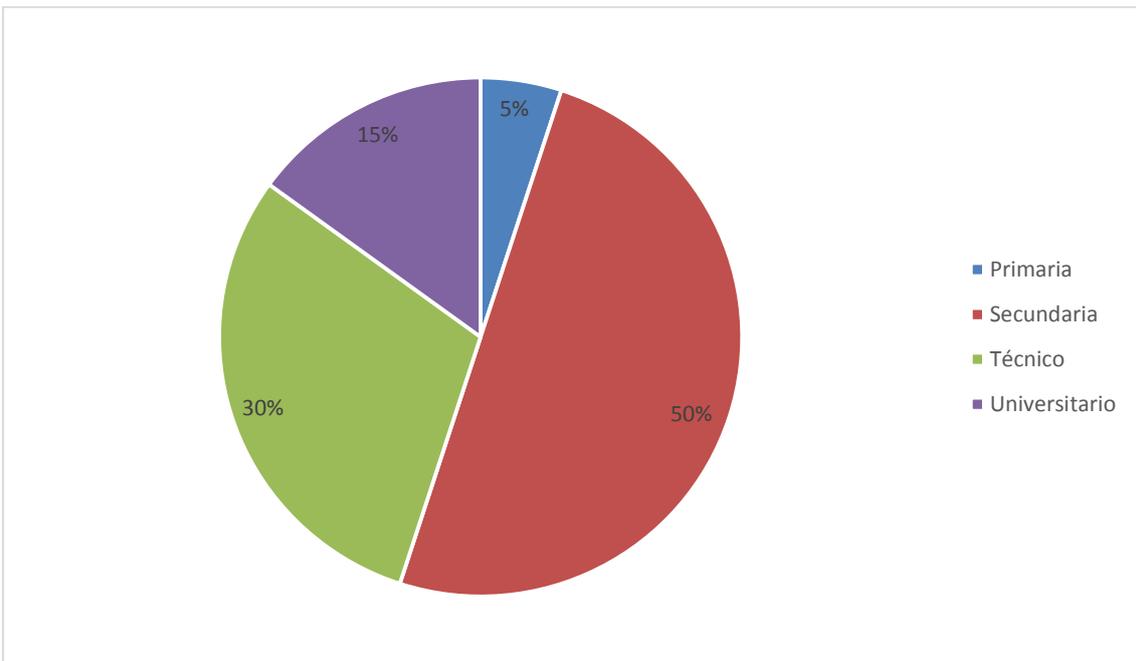


Figura 4. Grado de instrucción de los representantes

Fuente. Tabla 1

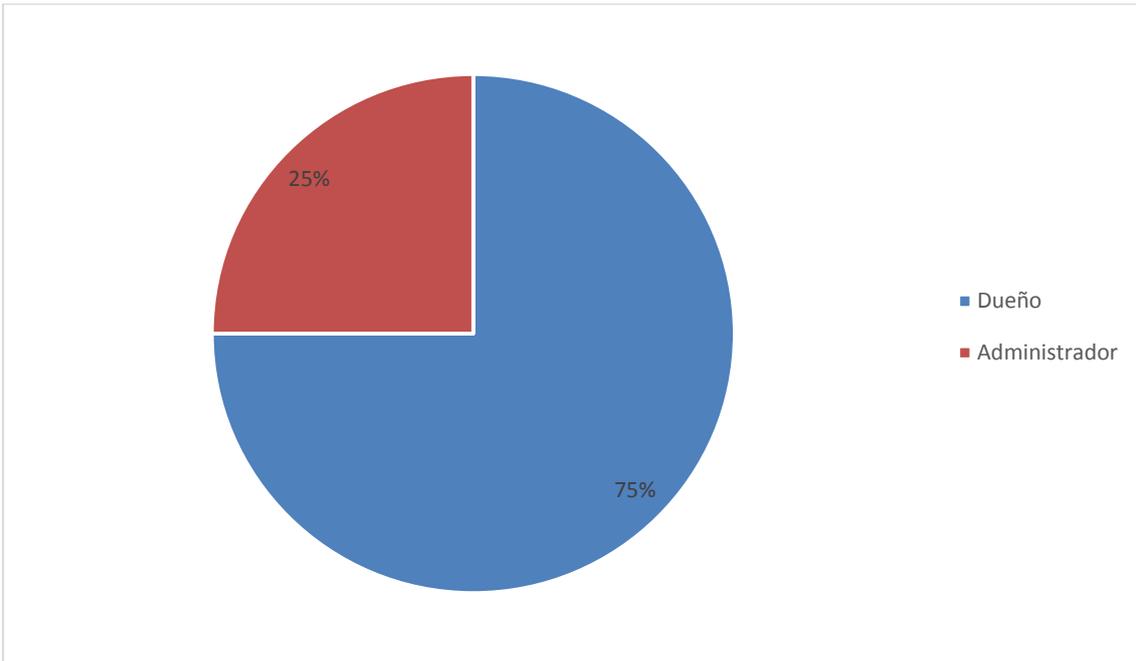


Figura 5. Cargo que desempeña los representantes

Fuente. Tabla 1

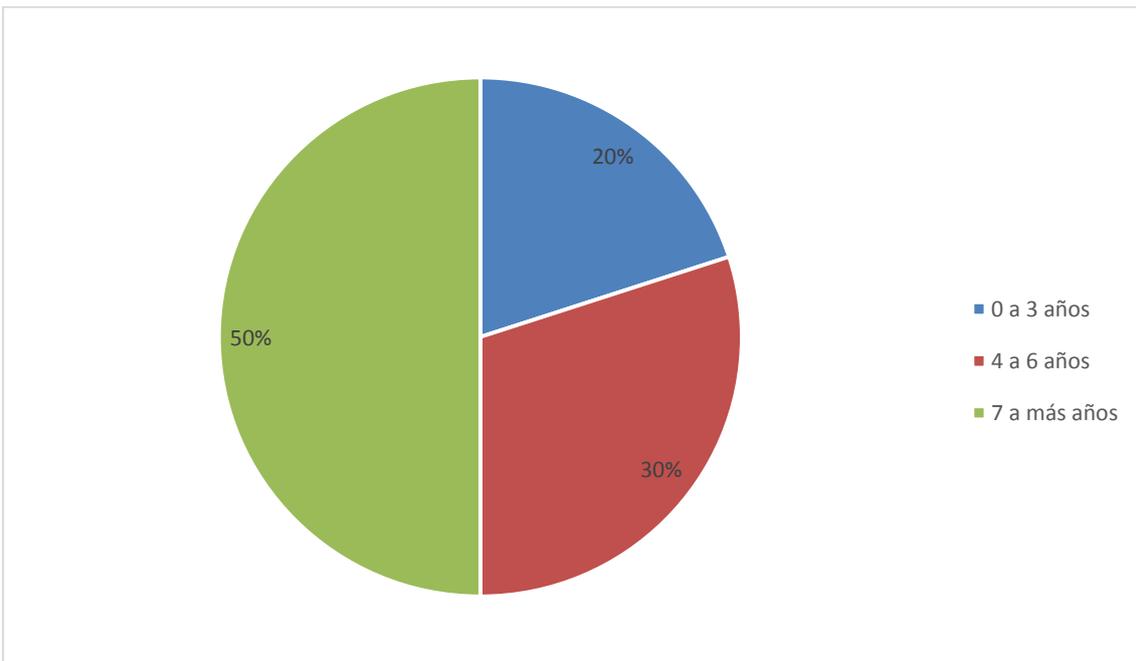


Figura 6. Tiempo en el cargo

Fuente. Tabla 1

2. Referente a las características de las Micro y Pequeñas empresas

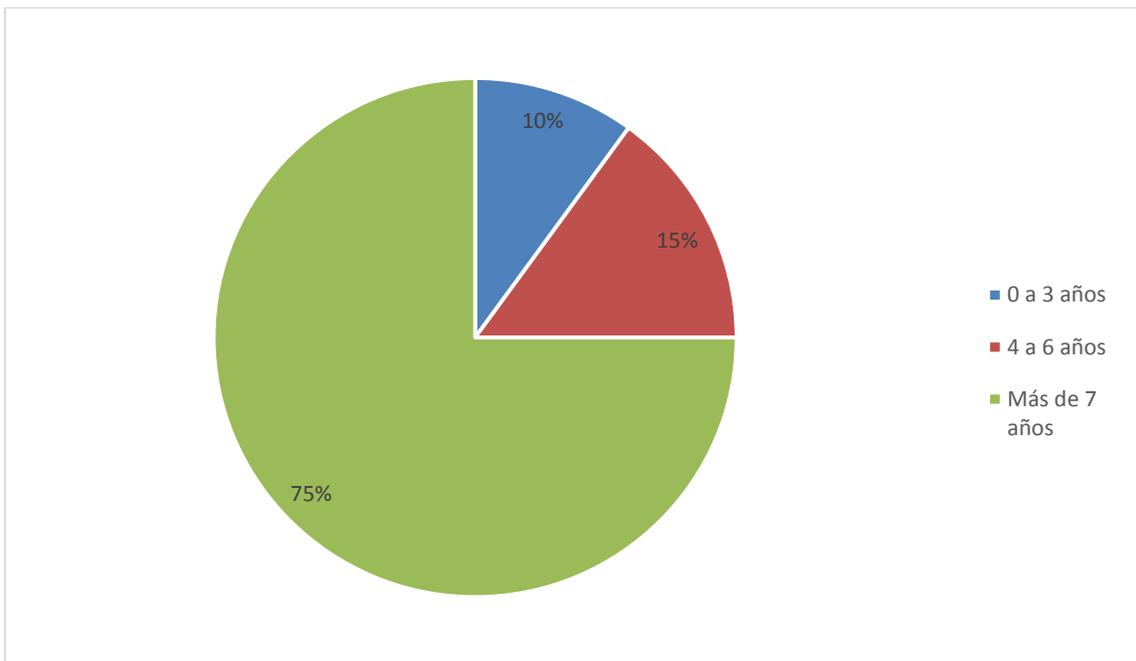


Figura 7. Tiempo de funcionamiento en el mercado

Fuente. Tabla 2

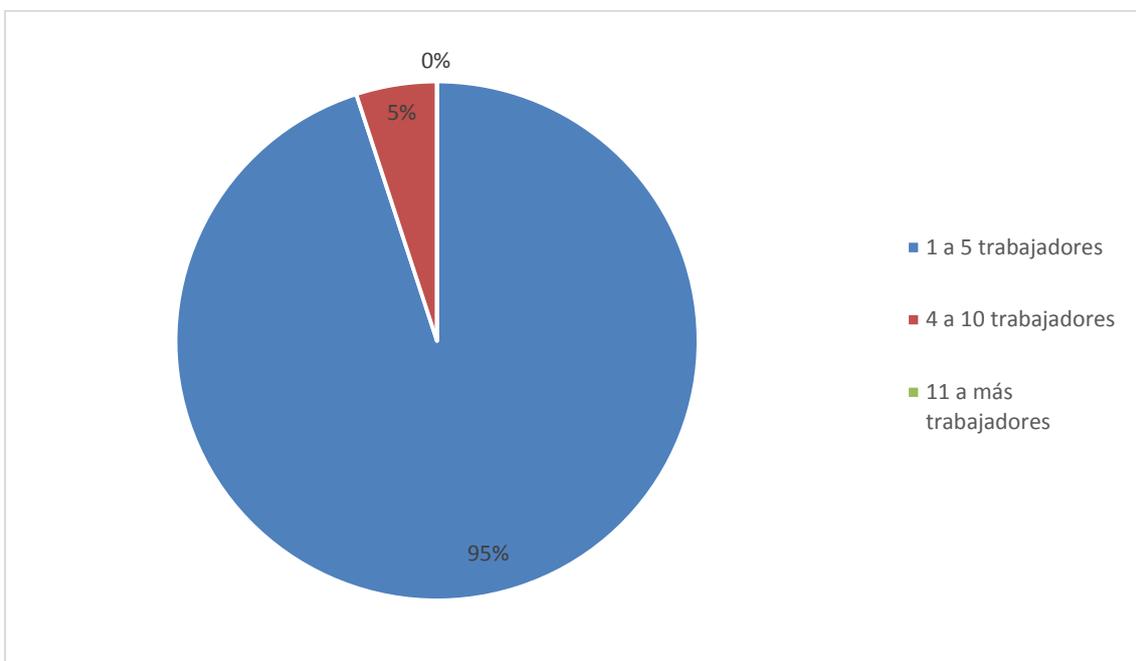


Figura 8. N° de trabajadores

Fuente. Tabla 2

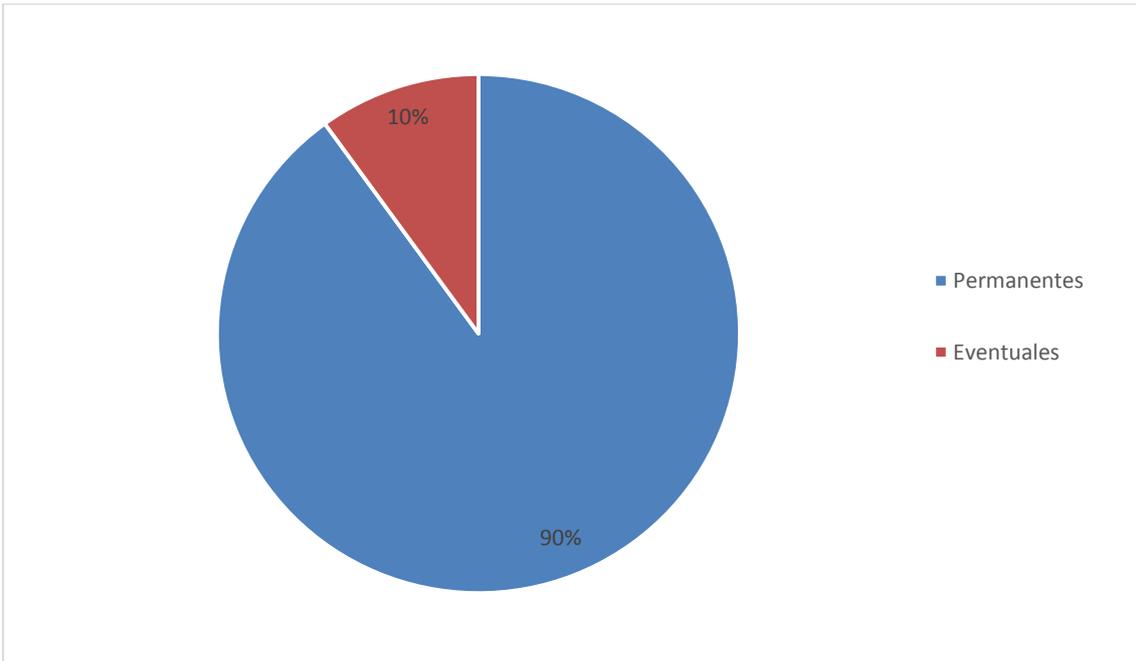


Figura 9. Estabilidad laboral de los trabajadores

Fuente. Tabla 2

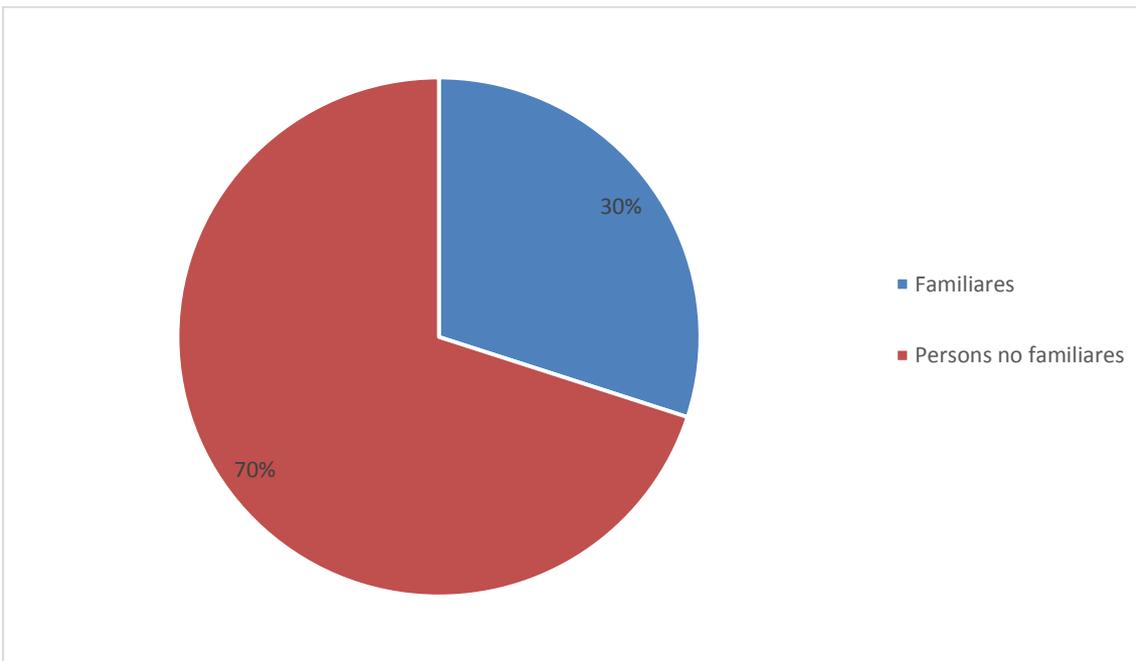


Figura 10. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente. Tabla 2

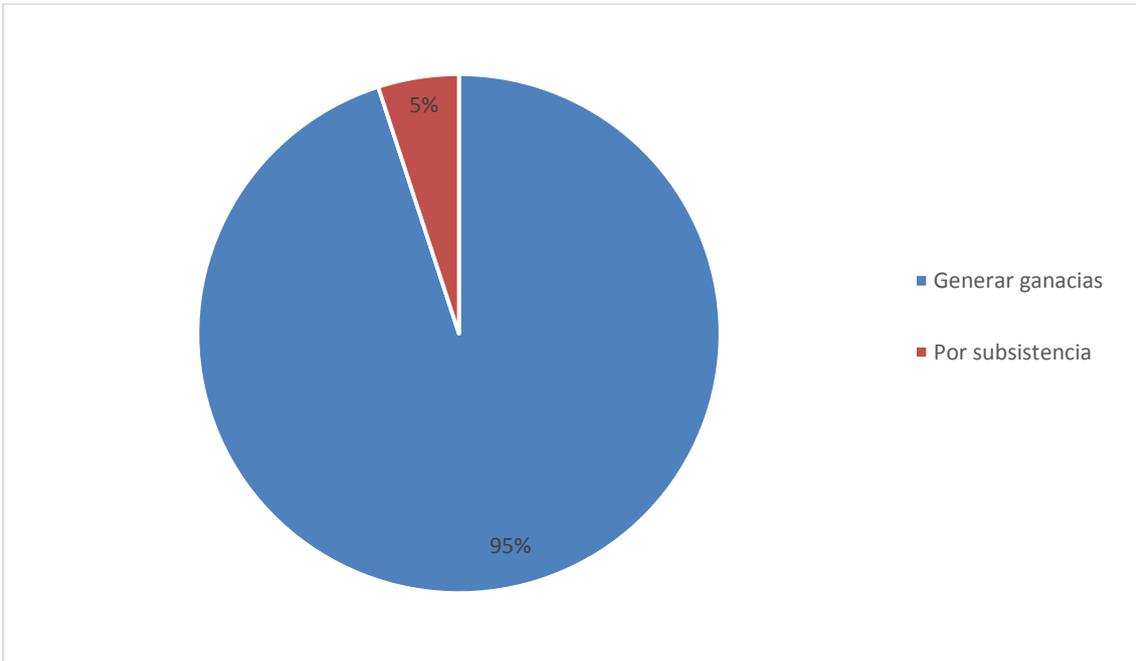


Figura 11. Objetivos de las Mypes

Fuente. Tabla 2

3. Referente a las técnicas administrativas: las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad

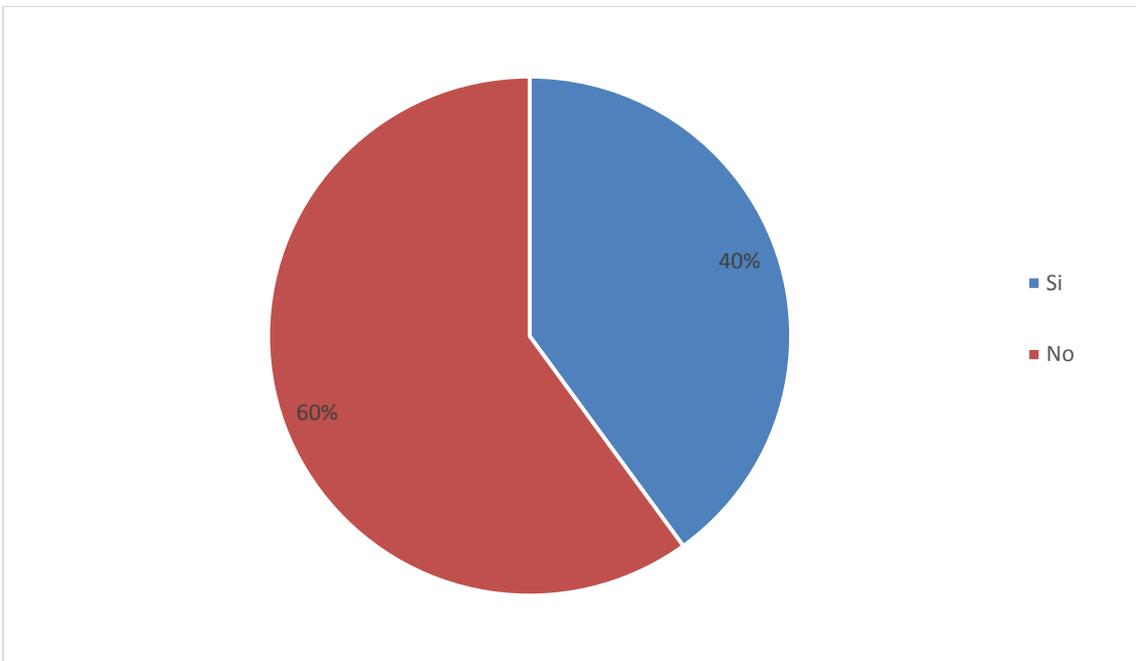


Figura 12. Término Tecnología de Información y Comunicación

Fuente. Tabla 3

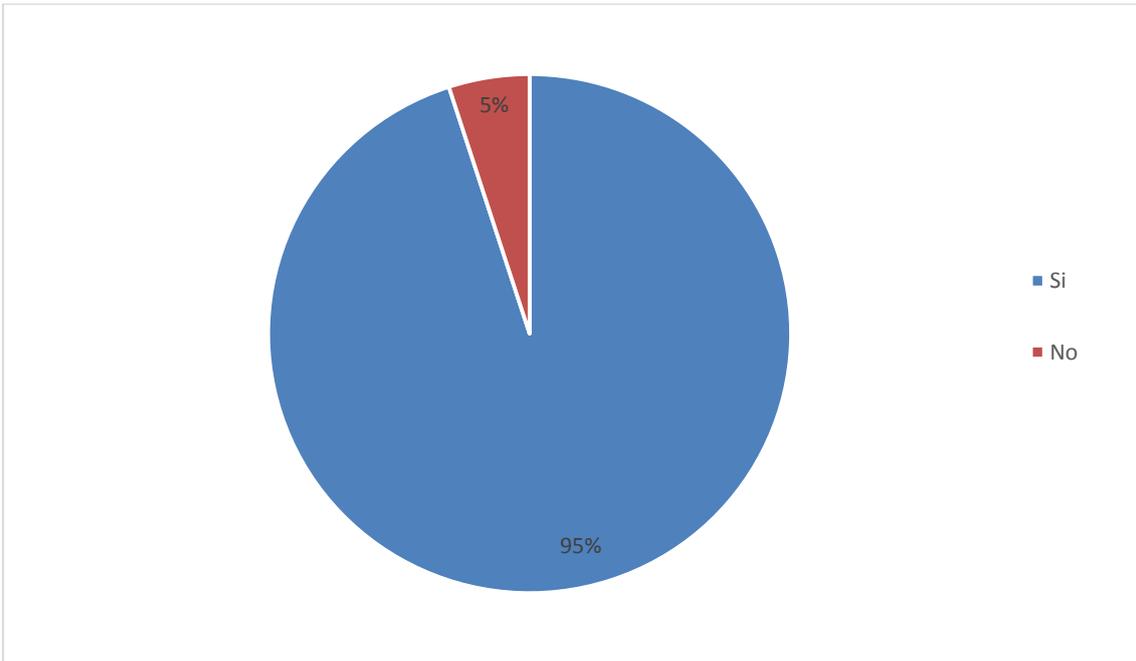


Figura 13. Con la implementación de Tecnología de Información y Comunicación tendrían un mejor control de ventas en la empresa

Fuente. Tabla 3

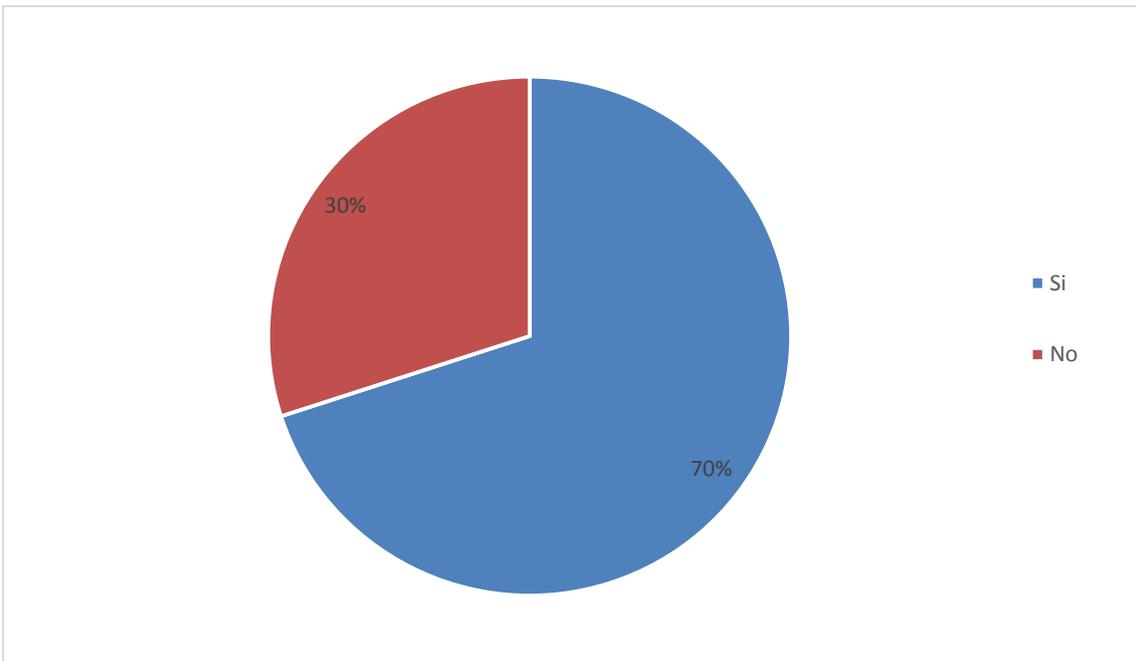


Figura 14. Termino Gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

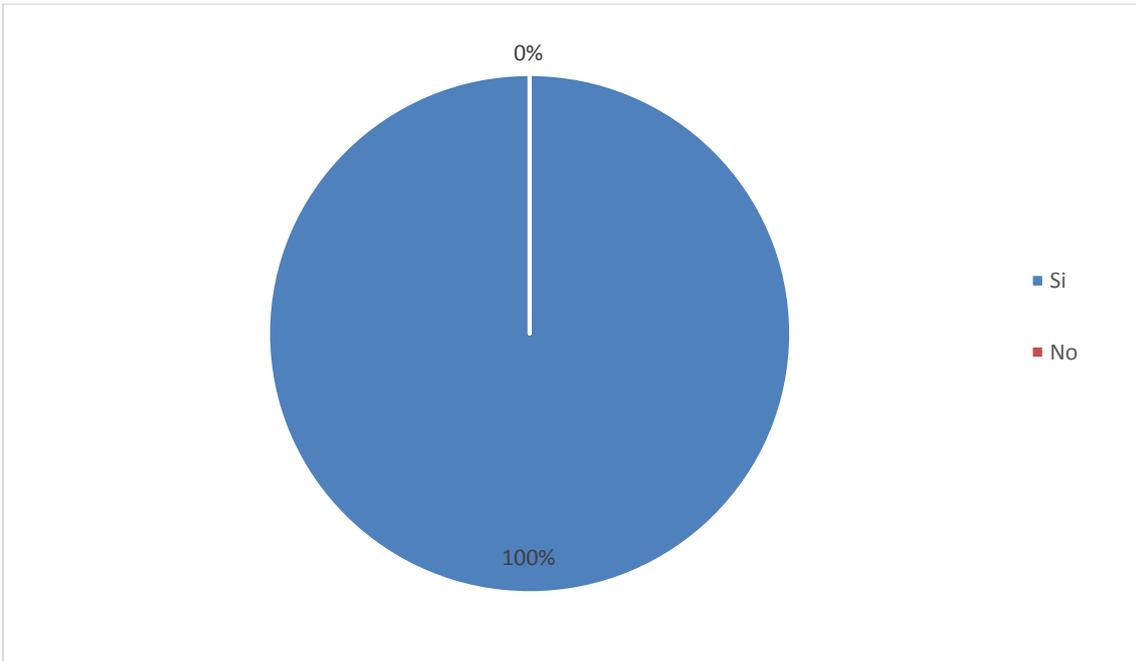


Figura 15. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente. Tabla 3

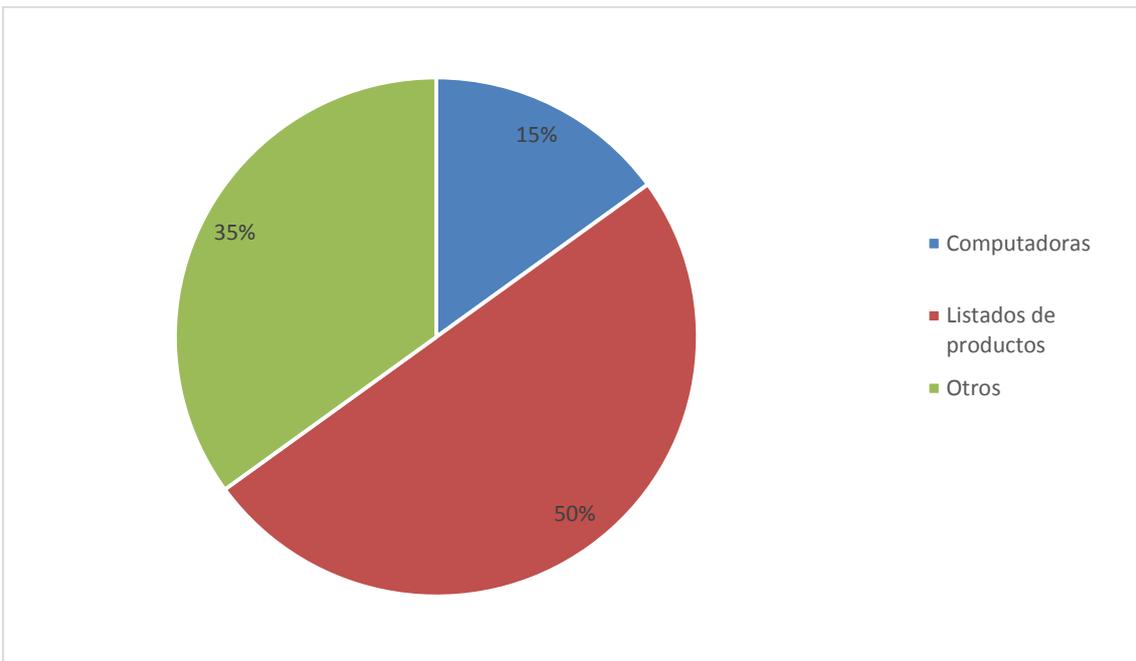


Figura 16. Medios de Tecnología de Información y Comunicación utiliza Ud. en su empresa.

Fuente. Tabla 3

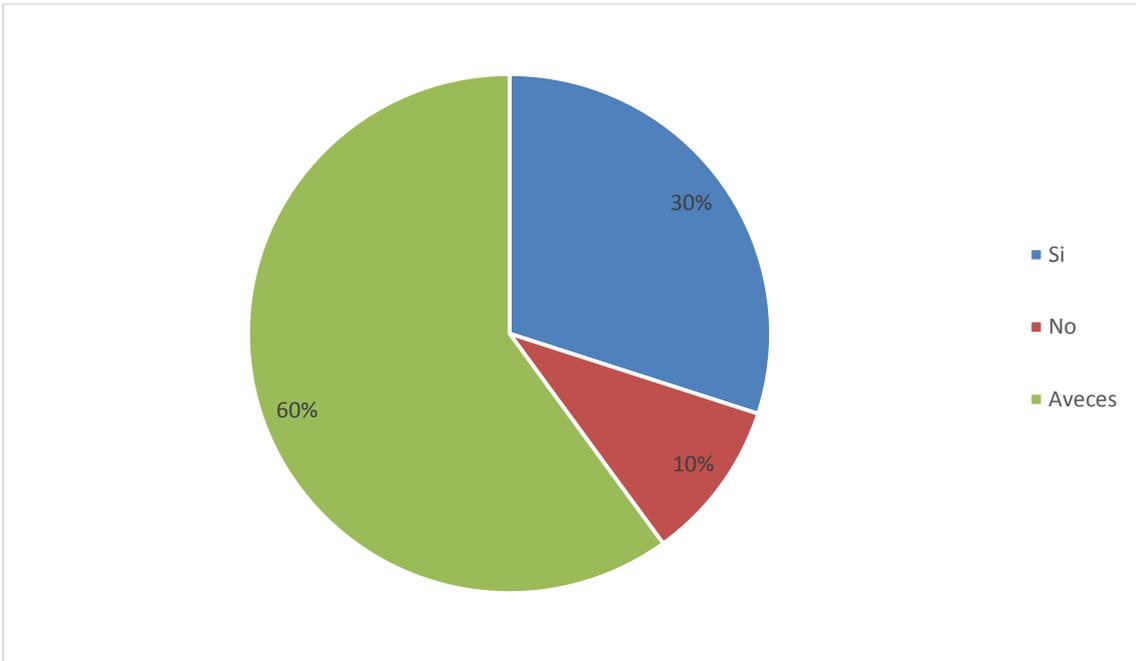


Figura 17. Hace uso de internet para las compras de mercadería

Fuente. Tabla 3

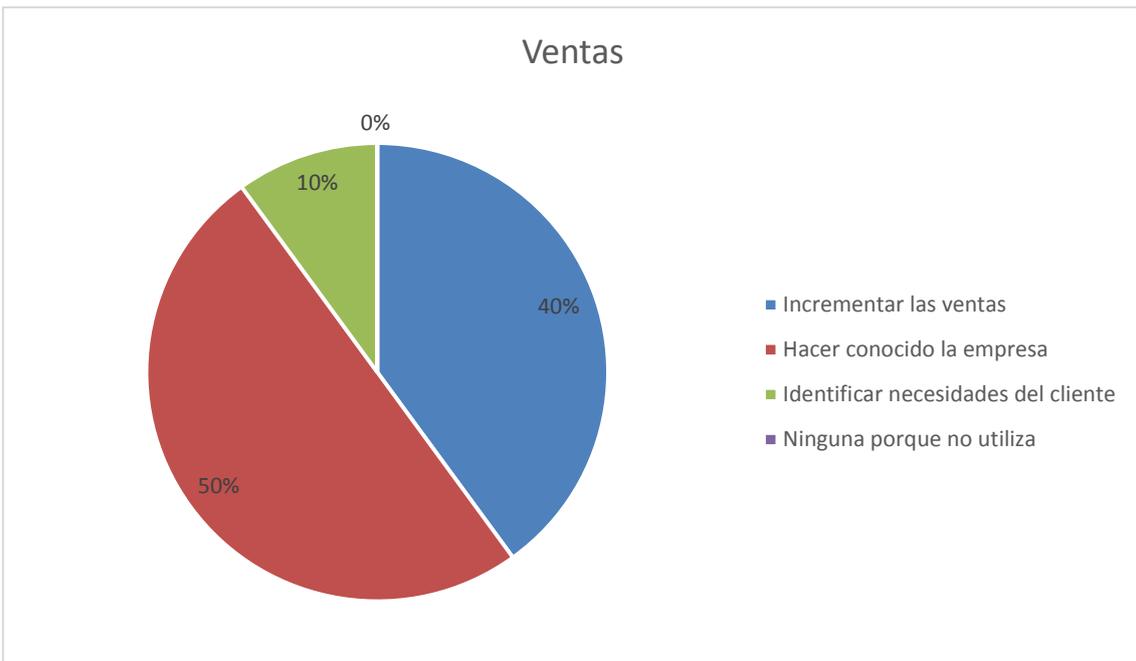


Figura 18. Beneficios de las TIC para la empresa

Fuente. Tabla 3